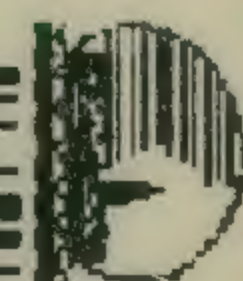


دراسات في  
العلاقات العامة والاعلام

تأليف  
دكتور على عجبوة







دراسات في  
العلاقات العامة والإعلام

## دكتور على عجوة

استاذ ورئيس قسم العلاقات العامة  
كلية الاعلام - جامعة القاهرة

140

الناشر  
عالم الكتب  
٢٨ غزالي بالقاهرة بالقاهرة



بسم الله الرحمن الرحيم

« ولا تلبسوا الحق بالباطل وتكتتموا الحق وانتم تعلمون »

صدق الله العظيم



## فهرس

الصفحة

ز

مقدمة

الدراسة الأولى : العلاقات العامة وقضايا التنمية في مصر • ١

الدراسة الثانية : العلاقات العامة الحكومية وأهميتها في الدول  
النامية • ٦٥

الدراسة الثالثة : العلاقات العامة في مؤسسات التعاليم العالي ٨٥

الدراسة الرابعة : العلاقات العامة وقضايا الشباب في مصر ١١٧

الدراسة الخامسة : وسائل الاعلام وقضايا الثقافة في مصر ١٤١





## مقدمة

يتضمن هذا الكتاب خمسا من الدراسات التي سبق نشرها منفصلة ومتتالية في مطبوع خاص ، أو مجلة علمية ، أو ضمن مجموعة أعمال أحد المؤتمرات العلمية . وقد رأيت ان هذه الدراسات تهتم أساسا بالقضايا التنموية مع التطبيق على الواقع المصرى . فالدراسة الأولى ، والتي نشرت في كتاب عام ١٩٧٧ تحت عنوان : العلاقات العامة وقضايا التنمية في مصر ، تتناول التحديات التي تواجه التنمية في مصر ، ودور العلاقات العامة على المستويين المركزى واللامركزى في المجالات الاقتصادية والسياسية والادارية والاجتماعية .

أما الدراسة الثانية ، فقد نشرت في العدد الأول من مجلة الدراسات الاعلامية التي تصدرها كلية الاعلام بجامعة القاهرة تحت عنوان : العلاقات العامة الحكومية وأهميتها في الدول النامية . والدراسة في حقيقتها محاولة علمية للتعرف على دور الاعلام الحكومى في أحداث ١٨ ، ١٩ يناير ١٩٧٧ . وقد رأينا من خلالها بعض الأخطاء الكبيرة في العلاقات العامة الحكومية المصرية خلال الفترة السابقة على تلك الأحداث والمصاحبة لها .

وقد نشرت الدراسة الثالثة في العدد الأول من المجلة العلمية التي تصدرها كلية الآداب والعلوم الانسانية بجامعة الملك عبد العزيز بالمملكة العربية السعودية تحت عنوان دور العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالى . وقد تناولت هذه الدراسة المشكلات العامة التي تواجه التعليم العالى ، وأهداف العلاقات في هذا المجال ، ودورها في تنمية الثقافة العامة وخدمة المجتمع المحلى .

وقد نشرت الدراسة الرابعة ضمن مجموعة أعمال ندوة الاعلام والشباب التي نظمتها كلية الاعلام بجامعة القاهرة في يناير ١٩٨٣ .



وقد استهدفت هذه الدراسة تحديد دور العلاقات العامة في رآب الصدع الذى أحدثته مرحلة طعيان المادة فى قيم المجتمع المصرى بين قطاع الشباب ، وضرورة استعادة التوازن المفقود بين افراد المجتمع وهيئات ومؤسساته المختلفة ، والذى ينعكس بصورة حادة على الشباب لما تتميز به هذه الشريحة الاجتماعية من قلق وحيرة ازاء القيم المتصارعة فى المجتمع .

أما الدراسة الخامسة والأخيرة فى هذا الكتاب فقد قدمت الى مؤتمر « الثقافة والاعلام » الذى نظمه المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية فى مايو ١٩٨٣ ونشرت ضمن مطبوعات وأعمال هذا المؤتمر . وقد استهدفت هذه الدراسة توضيح دور وسائل الاعلام فى نشر الثقافة ومعرفة أثر التيارات الثقافية الخارجية التى تأتى بها هذه الوسائل على الشخصية الثقافية لمجتمعنا ، وارتباط ذلك بالتيارات والأوضاع الداخلية التى تهيئ المناخ فى بعض الأحيان للتيارات الخارجية لكى تسود وتؤثر . لقد هبت قيم غربية على المجتمع المصرى فى الفترة الأخيرة التى شهدت سيطرة القيم المادية على كثير من المجالات ، ومن بينها مجال الانتاج الفكرى والفنى والأدبى . وأصبحنا فى حاجة الى صحوة ثقافية فى هذه المجالات لكى تبقى مصر كما كانت فى عصور سابقة مركز اشعاع ثقافى يضىء المنطقة العربية بأسرها وينشر ظلاله المضيئة فى بقاع العالم المختلفة .

ختاماً - أرجو أن يكون نشر هذه الدراسات مجتمة فى كتاب واحد اسهاماً علمياً فى بلورة بعض المشكلات المؤثرة على المسيرة التنموية والتى يمكن من خلال المواجهة العلمية لها تحقيق التقدم لبلادنا الحبيبة .

والله ولى التوفيق .

على عجوة

العجوة فى أكتوبر ١٩٨٥ .



الدراسة الاولى  
العلاقات العامة وقضايا التنمية  
فى مصر







# بسم الله الرحمن الرحيم

## مقدمة

تواجه جمهورية مصر العربية العديد من المشكلات الاقتصادية والسياسية والادارية والاجتماعية في محاولاتها لتحقيق التقدم والرخاء للشعب المصرى . ولما كان من المؤكد أن جهود الحكومة منفردة في هذا الشأن لا تكفى لانجاز ذلك الهدف فقد أصبح من الضروري أن يشارك جميع أفراد الشعب في تحقيق التنمية بأبعادها المختلفة . ولكى يقوم هؤلاء الأفراد بالمشاركة في تنمية مجتمعهم لابد أن يعرفوا المشكلات الأساسية التى تواجه المجتمع ، والدور الذى يمكن أن يقوموا به كأفراد أو كجماعات للتغلب على هذه المشكلات . وهذه مشكلة اتصال اعلامى . Informative Communication

كما أنه من الثابت أيضا أن الاعلام وحده لا يكفى لتغيير سلوك الجماهير ، وانما يلزم اثارة اهتمام الأفراد بالسلوك الجديد واقناعهم بممارسته . وهذه مشكلة اتصال تائرى Persuasive Communication . واذا كان الأفراد يرتدون عن ممارسة السلوك الجديد لأدنى عقبة تصادفهم فقد أصبح من اللازم القيام بنوع من التقويم المستمر والمتابعة للتعرف على آراء الناس واتجاهاتهم والدوافع المؤيدة أو المثبطة لممارسة سلوك معين ، وهذه مرة ثالثة مشكلة اتصال صاعد من الجماهير الى القيادات المخططة Communication Research لتقويم الموقف تقويما سليما ووضع الخطط العلمية التى تكفل زيادة فاعلية الاتصال .

واذا كانت العلاقات العامة بمفهومها الحديث تتضمن هذه الوظائف الاتصالية التى تهدف الى تحقيق التكيف بين المنظمة وسياستها من ناحية والأفراد الذين تتعامل معهم أو تتأثر بهم من ناحية أخرى ، فقد أصبح من



الضرورى أن نبحت دور العلاقات العامة فى تحقيق هذه الوظيفة الاتصالية على المستوى المركزى للدولة من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية ، وكذلك دورها على المستوى اللامركزى من خلال ادارات العلاقات العامة فى الوزارات والهيئات والشركات المختلفة .

### خطة البحث :

ينقسم هذا البحث الى ثلاثة مباحث رئيسية : نتناول فى أولاها المشكلات التى تواجه التنمية فى مصر لتحديد الدور الذى يمكن أن تقوم به العلاقات العامة فى التغلب على هذه المشكلات . وفى المبحث الثانى نتناول دور العلاقات العامة على المستوى المركزى للدولة من خلال وسائل الاتصال الجماهيرى والجهات الأخرى المختصة بالتوعية . أما المبحث الثالث فيركز على دور ادارات العلاقات العامة بالمنظمات المختلفة فى تغيير أنماط السلوك السائدة والاقناع بممارسة أنماط سلوكية جديدة تساعد على نجاح خطة التنمية .

وبعد — فأننى أقدم هذه الدراسة الى المشتغلين بالعلاقات العامة فى مختلف المنظمات ، وإلى رجال الاعلام ، راجيا أن أسهم بجهدى هذا المتواضع فى بلورة دور العلاقات العامة ازاء التحديات التى تعوق تحقيق الرخاء والتقدم لبلادنا الحبيبة .

والله ولى التوفيق .

على عجووة

القاهرة : نوفمبر ١٩٧٧

## المبحث الأول

### التحديات التي تواجه التنمية في مصر

يمكن تعريف التنمية بمعناها العام بأنها ذلك الكل المعقد من الإجراءات والعمليات المتتالية والمستمرة التي يقوم بها مجتمع ما للتحكم في اتجاه وسرعة التغيير الحضارى بهدف اشباع حاجاته ، أى أن التنمية ما هي الا عملية تغيير مقصود وموجه بهدف اشباع حاجات الانسان (١) .

واذا كانت العوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والادارية تمثل بصفة عامة عناصر تقويم المجتمعات ومقياس تطورها الحضارى ، فقد أصبح من الضروري لأى مجتمع ينشد الانتقال من مرحلة التخلف الى مرحلة التقدم أن يتعرف بدقة على أوضاعه الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والادارية لتحديد ما يجب تغييره من هذه الأوضاع لكي يجتاز مرحلة التخلف الى تجتم على صدره ، وتزيد مشاكله يوما بعد يوم .

حقيقة أن بعض هذه الأوضاع يخرج في محاولات تغييره عن إمكانات الأفراد والجماعات ، وقد تعجز الحكومات نفسها عن احداث هذا التغيير تحت تأثير المتغيرات الدولية التي لا تملك السيطرة عليها ، أو ضالة الموارد الوطنية . أو غير ذلك من المشكلات الداخلية التي يصعب التغلب عليها في وقت قصير . ورغم ذلك فان التعرف على هذه المشكلات يساعد المؤسسات الرسمية والشعبية وكذلك الأفراد على المشاركة في الجهود التنموية التي تبذلها الحكومات والتي يقوم بانجازها ويستفيد من عائدها الأفراد أنفسهم .

وهذا يدفعنا الى محاولة التعرف على المشكلات التي تواجه التنمية في مصر ومسئولا الى تحديد واضح لدور العلاقات العامة في التغلب عليها .

---

(١) عبد المنعم شوقي . واحمد الدفراوى : تنمية المجتمع الرينى ، القاهرة : امانة الحكم المحلى - ١٩٧٦ . ص ١٠ .



## أولا - المجال الاقتصادي

من الثابت أن الأوضاع الاقتصادية لأي مجتمع من المجتمعات لا يمكن عزلها عن الأوضاع السياسية والاجتماعية والإدارية ، فهي جميعا تتداخل وتتبادل التأثير فيما بينها . وحينما نلجأ الى الفصل بين هذه العوامل فاننا نفعل ذلك لأغراض الدراسة العلمية ، آخذين في الاعتبار التأثير التكاملي لحصيلة هذه العوامل . فحينما تسوء العلاقات السياسية بين مصر والولايات المتحدة الأمريكية أو الاتحاد السوفيتي أو غيرها ينعكس ذلك بشكل واضح على التسهيلات الاقتصادية التي تقدمها هذه الدولة لمصر ، وأحيانا يوقف تصدير بعض السلع الاستراتيجية التي تحتاج اليها دولة معينة نتيجة لتدهور العلاقات السياسية بينها وبين الدولة المصدرة .

كما أن تخلف الجهاز الإداري وبطء الإجراءات الناتجة عن هذا التخلف يؤثر بلا شك على تنفيذ المشروعات الاقتصادية ويرفع نسبة الفاقد والمعطّل في كثير من المجالات . وفي نفس الوقت فإن انخفاض نسبة التعليم ، و انتشار الأمية ، أو ضعف الصحة العامة ، أو التزايد السكاني السريع ، أو انتشار بعض المعادات الاجتماعية التي لا تتفق والتنمية الاقتصادية ، كل ذلك يؤثر بلا شك على الحصيلة النهائية للتنمية الوطنية الشاملة .

وهناك من يرى أن التزايد السكاني السريع في ظل الموارد الطبيعية المحدودة يعتبر عاملا معوقا للتنمية الاقتصادية . بينما يرى آخرون أن التقدم التكنولوجي عامل حاسم وكاف للتغلب على أية ضغوط قد تفرضها زيادة السكان أو حتى ندرة الموارد الطبيعية (٢) .

ومهما يكن من أمر فإن جميع نظريات التنمية الاقتصادية ترى أن

---

(٢) محمد علي الليثي : التنمية الاقتصادية ، الاسكندرية ، دار الجامعات المصرية ، ١٩٧٤ ، ص ٤٦ .

جوهر هذه التنمية هو الزيادة السريعة في القوة الانتاجية الاقتصادية للمجتمع<sup>(٣)</sup> . وهذه هي المشكلة الاساسية ايا كانت المتغيرات أو الظروف الخاصة بكل مجتمع والتي تحدد في النهاية البدائل المطروحة لتحقيق هذه الزيادة في القوة الانتاجية للمجتمع . وبصفة عامة فان عناصر التنمية الاقتصادية تتطلب توفير العناصر الثلاثة التالية :

### ١ — عناصر الانتاج (٤) :

يعرف علماء الاقتصاد الانتاج بأنه زيادة المتاح من السلع والخدمات النافعة ، أى السلع والخدمات التي يؤدي استخدامها الى اشباع حاجات الأفراد . وتقوم العملية الانتاجية على أربعة عناصر : أولها الطبيعة ، وتشمل الأرض والبيئة والطاقة وكل ما تمد به الطبيعة من عوامل تساعد على الانتاج وتحتاج الى بذل مجهود لاستغلالها والاستفادة منها . وهذا يؤدي الى العنصر الثانى وهو العمل Labour الذى يقسوم به الأفراد لتحقيق مصلحتهم الخاصة ومصالح الآخرين .

أما العنصر الثالث فيتمثل فى رأس المال ، وهو فى الواقع نتاج تفاعل العنصرين الأولين ، ولذلك يعرفه رجال الاقتصاد بأنه « ثروة ناتجة عن عمل سابق وتستخدم فى انتاج ثروة جديدة » . ومن ثم فان رأس المال يشمل المصانع والآلات ، وسائر الأدوات المستخدمة فى الانتاج ، بالإضافة الى المواد الخام والمواد نصف المصنوعة ومواد الوقود . ثم يأتى العنصر الرابع من عناصر العملية الانتاجية وهو التنظيم أو التآليف أو التجميع بين عناصر الانتاج الرئيسية الثلاث ( الطبيعة — العمل — رأس المال ) بنسبة معينة حتى يمكن تحقيق أكبر ربح ممكن بأقل تكلفة ممكنة .

---

(٣) شرام ، ويلبور : اجهزة الاعلام والتنمية الوطنية ، دور الاعلام فى البلدان النامية ، ترجمة محمد فتحي ، القاهرة الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر ، ١٩٧٠ ، ص ٣٨ .

(٤) على لطفى : مقدمة فى علم الاقتصاد ، القاهرة مكتبة عين شمس ، ١٩٦٧ . ص ١٨٥ الى ص ١٩٤ .



## ٢ - الخطة :

التخطيط هو ذلك النشاط العقلي الإرادى الذى يوجه لاختيار أمثل استخدام ممكن لمجموعة من الطاقات المتاحة لتحقيق أغراض معينة فى فترة زمنية محددة ومن هذه نتبين أن المتغيرات الأساسية التى تحكم عملية التخطيط هى : الأغراض أو الأهداف ، والموارد أو الامكانيات ، والوقت المتاح للتنفيذ أو المحدد له <sup>(٥)</sup> . والخطة على مستوى الدولة أو الاقليم هى برنامج اقتصادى واجتماعى متناسق يتضمن تحقيق أهداف محددة خلال فترة زمنية معينة باستغلال الطاقات والامكانيات المتاحة . وهناك مقومات أساسية يجب مراعاتها عند وضع الخطة وهى الأهداف الواقعية المحددة ، والقدرة على التنبؤ بالمعوقات والتعامل معها ، والتنسيق بين الإدارات المختلفة ، والشمول وأخيرا الأخذ بالأسلوب المركزى فى الاعداد واللامركزى فى التنفيذ .

## ٣ - الاستثمارات :

بعد أن يتم تحديد أهداف الخطة الاقتصادية لابد من تقدير حجم الاستثمارات اللازمة لتحقيق هذه الأهداف . وهناك مصدران أساسيان لتكوين رأس المال اللازم للاستثمار ، وهما : المدخرات المحلية ، والقروض الأجنبية . ويتوقف حجم المدخرات المحلية بصفة أساسية على حجم الدخل القومى من جهة وعلى رغبة الأفراد ومشاركتهم فى عملية الادخار من جهة أخرى . أما المصدر الثانى وهو القروض الأجنبية فان حجمها يتوقف على اعتبارات يتعلق معظمها بعلاقات الدولة بالدول التى تقدم القروض .

فى ضوء هذا العرض الموجز للعناصر الأساسية للتنمية الاقتصادية نستطيع أن نقول أن المشكلة الأولى التى تواجه التنمية فى مصر تتمثل

---

(٥) على عجوة : الاسس العلمية للعلاقات العامة ، القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٧٧ ، ص ٨٥ .

أساسا في نقص رؤوس الأموال والذي يرجع الى عدة أسباب في مقدمتها :

( أ ) قلة المدخرات المحلية •

( ب ) تراكم الدين الخارجي واستهلاك جزء من القروض الخارجية في تسديدها ، بالإضافة الى توجيه جزء آخر الى مشروعات ليس لها الطابع الانتاجي •

( ج ) زيادة حجم الانفاق الحكومي تحت ضغط الحاجة الملحة الى التوسع في الخدمات واصلاح المرافق •

( د ) استنزاف جزء كبير من ميزانية الدولة لأغراض الانفاق العسكري •

( هـ ) تزايد حجم الدعم الحكومي لبعض السلع لتخفيف العبء عن أصحاب الدخول الصغيرة •

( و ) ضالة حصيللة الضرائب بسبب عجز قوانين الضرائب عن الوصول الى أصحاب الدخول الكبيرة •

كما تعاني الدولة من كثرة الفساد والتالف والمعطال من أدوات الانتاج ووسائل الخدمات نتيجة للتخبط في التخطيط والتعثر في التنفيذ بالنسبة لبعض المشروعات بسبب نقص رؤوس الأموال ومحاولة تغطية العجز في الموازنة العامة للدولة • ويؤدي ذلك بالضرورة الى ارتفاع تكاليف المشروعات التي تنفذ في مدى زمني أطول من اللازم ، وخاصة مع الاعتماد على العمل اليدوي البدائي • ونظرة بسيطة الى عمليات الحفر المستمرة في شوارع القاهرة الكبرى والوقت الذي يستغرقه إعادة الرصف ان حدث تؤيد ما نقول • ويشهد على ذلك أيضا اشغالات الطرق التي تضيق الخناق على الطرق الرئيسية في العاصمة لفترات طويلة •

ثانيا - المجال السياسي :

تحتاج دراسة الأوضاع السياسية الراهنة والمقدمات التي أدت



إليها الى جهد أكبر كثيرا من حدود هذا البحث . ولذلك سوف نتناولها  
بإيجاز شديد يتفق وأغراض هذه الدراسة .

فرضت ظروف مصر الجغرافية الكثير من المشكلات والأزمات التي  
عانى منها الشعب المصرى مرارا وتكرارا . فقد سعى اليها الطامعون  
قديمًا وحديثًا للسيطرة على أحد طرق التجارة الرئيسية في العالم . كما  
انها اندفعت بإيمان راسخ لتحمل مسؤولياتها القومية في صد العدوان عن  
الدول العربية الشقيقة ، واحباط المؤامرات التي تدبر في الخفاء للسيطرة  
على مقدرات المنطقة التي نعيش فيها . ولم تقف مصر موقف المتفرج  
ازاء حركات التحرر الافريقية والآسيوية ، بل مدت لها يد العون بسخاء  
كبير . وقد كان لقيام مصر بهذا الدور النضالي أن أصبحت هدفا مستمرا  
لقوى الاستعمار المختلفة التي مارست ضدها كافة الضغوط السياسية  
والاقتصادية والعسكرية مستهدفة تدميرها وشل حركتها والسيطرة على  
ارادتها .

واستفادت هذه القوى الاستعمارية من زرع اسرائيل في قلب  
العالم العربى لتوجيه الضربات المتتالية الى الأمة العربية وفي مقدمتها  
مصر ، التي خاضت ثلاثة حروب مريعة ضد الاستعمار والصهيونية في  
أقل من عشرين عاما قبل أن تتمكن من توجيه ضربتها القوية للصهيونية  
في أكتوبر العظيم . وقد استنزفت هذه الحروب الكثير من موارد مصر  
الاقتصادية وأوقفت الكثير من مشروعات التنمية على اختلاف أنواعها .

كما سعت القوى الاستعمارية ومازالت الى ضرب النظام السياسى  
من الداخل وجربت سلاح الفتنة الطائفية أكثر من مرة ، ولكنها فشلت  
ازاء وعى مسلمى مصر وأقباطها ، وتداركهم السريع لأى أحداث مفتعلة .  
ووقوفهم في وجه تلك المحاولات في اصرار دائم على حماية الوحدة  
الوطنية (٦) . وسعت القوى الاستعمارية الغربية والشرقية على السواء

---

(٦) الأهرام ، والاخبار : عدد ٢٩ سبتمبر ١٩٧٧ ، خطاب رئيس  
جمهورية مصر العربية في الاجتماع المشترك للجنة المركزية للاتحاد الاشتراكى  
العربى ومجلس الشعب في الذكرى السابعة لوفاة جمال عبد الناصر .

الى استغلال الأزمات الاقتصادية التى تتعرض لها مصر نتيجة لسياستها  
التحريية فشنت عليها حملات التشكيك المستمرة مستغلة بعض  
الانحرافات التى تحدث فى أى نظام فى طور البناء مما أدى الى حدوث  
بعض الحركات التخريبية التى أضرت هى الأخرى بالاقتصاد الوطنى  
أكثر من مرة •

ونتيجة لفشل التنظيمات السياسية التى أعقبت قيام الثورة  
واستمرت ما يقرب من خمس وعشرين سنة بعد قيامها سمح بقيام  
الأحزاب بهدف تحقيق الديمقراطية وتدعيم حرية المواطن فى العمل  
السياسى • ومازالت هذه الممارسة السياسية الجديدة فى طور البداية بما  
لا يسمح بالحكم عليها ، ومع ذلك فانه من الواضح أن قوى متعددة  
فى الداخل والخارج تحاول استغلالها ضد الصالح الوطنى •

### ثالثا - المجال الادارى :

لوحظ عند تقويم الخطة الخمسية الثانية فى الهند انها أخفقت  
بمقدار يقرب من ٥٠ ٪ ، وأن سبب الاخفاق فى تقدير الخبراء  
سواء أكانوا أجانب أم من الهنود يرجع الى عدم تمكن الجهاز الادارى  
فى الهند من تحمل مسئولياته للقيام بالأعباء الملقاة على عاتقه فى تنفيذ  
الخطة (٧) •

فالجهاز الادارى فى الدول النامية يقسوم بدور رئيسى فى عمليات  
التنمية نتيجة للتطور التالى :

- ١ - أن الاستقلال السياسى لا يتأكد الا بالتنمية الاقتصادية •
- ٢ - أن التنمية الاقتصادية لا تتحقق بالسرعة المطلوبة الا بالنمو  
الصناعى ، اذ أن الاقتصاد الزراعى يعجز عن تحقيق معدلات النمو  
المطلوبة •

---

(٧) عبد الكريم درويش ، ولىلى ت كلا : اصول الادارة العامة ، القاهرة  
مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٧٤ ، ص ١٨٩ - ١٩٠ •



٣ - أن التصنيع يحتاج الى تحولات اجتماعية أساسية ولا يتحقق وأحياناً لا يبدأ الا بقيام السياسة العامة مباشرة عن طريق جهازها الادارى بدور رئيسى فى تحقيقه (٨) .

ومن الواضح أن القادة الاداريين بالحكومة يؤدون دورين هامين : الأول يتصل بالسياسة والثانى يتصل بالادارة . ومزج هذين الدورين معا يؤدي الى تمشى سياسة التنفيذ مع السياسة العامة ، مما يؤكد الفرض القائل بأن كل ادارى سياسى . ويلاحظ أنه كلما ارتقى الادارى فى السدرج التنفيذى زادت الصفة السياسية لعمله ، وتأثرت بذلك القرارات التى يتخذها . ويتناسب هذا الدور السياسى فى عمل الاداريين تناسباً طردياً مع زيادة اتصال العمال بالجماهير ، فادارة المؤسسات ذات الصلة الوثيقة بالجماهير أصعب بكثير من ادارة غيرها من المؤسسات ذات الاتصالات المحدودة (٩) .

ومن ناحية أخرى فان الادارة العامة وان كانت أصلاً تختص بتنفيذ السياسة العامة ، الا أنه لا يمكن تجريدتها - من الوجهة العملية لا النظرية - من الاشتراك فى وضع هذه السياسة . والواقع أن الهيئات التشريعية لا تحتكر وظيفة التشريع فالوزراء وهم رؤساء الأجهزة التنفيذية يشاركون السلطة التشريعية فى وضع السياسة العامة . وقد اقتضت الظروف العملية أن يسود هذا النمط فى العمل . ولذلك لا يوجد خط فاصل واضح بين السياسة والادارة بحيث تصـبـحان منطقتين منفصلتين (١٠) .

ويترتب على الارتباط بين العمل السياسى والادارى بضعة التزامات يتعين على القادة الاداريين التنبه لها (١١) :

- 
- (٨) أحمد رشيد : ادارة التنمية والاصلاح الادارى . القاهرة ، دار النهضة العربية ، ١٩٧٤ . ص ٦ .  
(٩) عبد الكريم درويش . وليلى تـكـلا : المرجع السابق ص ٣٩٦ .  
(١٠) عبد الملك عودة : الادارة العامة والسياسة ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٦٣ ، ص ٥٢ .  
(١١) عبد الكريم درويش وليلى تـكـلا : مرجع سابق . ص ١٩٧ ، ١٩٨ .

١ - أن القادة الإداريين يجب أن يهدفوا دائما في عملهم الى تمشى سياسته التنفيذ مع السياسة العامة للدولة .

٢ - أن يكون الصالح العام رائد هؤلاء القادة في كل القرارات التي تصدر عنهم .

٣ - الالتزام باقامة علاقات طيبة مع الشعب ، ذلك أن العلاقات الطيبة هي أساس العمل التنفيذي السياسى .

وبعد هذا العرض الموجز لدور الادارة وأهميتها في التنمية ننقل الى المشكلات التي تواجه الادارة في مصر كما عبرت عنها مناقشات رئيس الوزراء مع خبراء الادارة خلال شهر يونيو ١٩٧٤ ، والتي تتلخص في النقاط الخمس التالية (١٢) :

١ - التغييرات المتلاحقة في الأجهزة الادارية في صورة انشاء أو إلغاء أو ادماج أو اضافة أو اعادة تقسيم أو نقل تبعية ، كل ذلك على فترات متقاربة ، دون أن يحكم هذه التغييرات السريعة خطة تنظيمية واضحة الأمر الذى نتج عنه مشكلات إدارية متعددة .

٢ - تخلف بعض القوانين واللوائح المطبقة حاليا عن توفير المرونة والحرية للإدارة لمواجهة الظروف المتطورة ، والتي تدفع المسئولين أحيانا الى اتخاذ قرارات متخفية نصوّصها حتى يمكن أن يسايروا ظروف العمل ، فضلا عن أن الحاجة أصبحت ملحة الى تطوير جميع التشريعات خاصة في ظل الانفتاح الاقتصادى .

٣ - عدم وضوح الاختصاصات الرئيسية ، كما أن الاختصاصات التفصيلية يشوبها الغموض وعدم الوضوح حيث يصاغ الكثير من الاختصاصات في ألفاظ عامة مبهمة وغير محددة المعانى . وبالإضافة الى ذلك فانه كثيرا ما يحدث أن تزدوج الاختصاصات في الأجهزة الادارية نتيجة عدم وجود سياسة محددة عند انشائها أو وضع أنظمتها الداخلية .



٤ — مشكلات سوء اعداد وتوزيع القوى العاملة نتيجة عدم الربط بين نظام التعليم واحتياجات قطاعات العمل المختلفة ، وكذلك سوء توزيع الأيدي العاملة على الاحتياجات المختلفة للأنشطة الاقتصادية .

٥ — تعقد الاجراءات الادارية نتيجة لتعدد الخطوات التى يتطلبها تقديم الخدمة أو الانتهاء من الاجراء ، أو طول الوقت الذى يستغرقه انجازها ، أو سوء تنظيم واعداد النماذج والسجلات ، والحاجة الى تطوير اجراءات العمل خاصة فى أجهزة الخدمات العامة ، والأجهزة التى تتعامل مع المستثمرين الأجانب .

ويمكن للباحث أن يضيف الى هذه المشكلات الخمس مشكلة سادسة هى النظرة الضيقة ذات البعد المحدود عند اتخاذ بعض القرارات وافقار عملية التخطيط فى كثير من الأحيان الى النظرة الشمولية التى تدرك كافة الظروف الداخلية للمنظمة ، بالإضافة الى الظروف الخارجية التى تتعلق بالمنظمات الأخرى المؤثرة على نشاطات وسياسات تلك المنظمة أو النظرة المستقبلية البعيدة المدى التى تأخذ فى اعتبارها كل المتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية المحلية والدولية .

ولتوضيح هذه المشكلة نشير الى ما جاء بجريدة الأهرام تحت عنوان : بلاغ الى وزير النقل البحرى والتموين (١٣) .

ذكر البلاغ أن السفينة اليونانية « ماريتا » قد وصلت الى الاسكندرية فى يوليو الماضى قادمة من أوروغواى ، وتحمل فى ثلاجاتها ٣٨١١ طنا من اللحوم المجمدة لحساب الشركة المصرية العامة للدواجن واللحوم . وبسبب الزحام الشديد فى ميناء الاسكندرية لم تفرغ شحناتها فيه وانها وجهت الى ميناء بورسعيد . وظلت السفينة ٢٦ يوما فى الميناء دون أن تبدأ فى تفريغ حمولتها ، وفى ٢٩ أغسطس بدأ التفريغ وبلغ حجم الحمولة التى فرغت حتى تاريخ النشر ١٦٠٠ طن . وبلغت

قيمة العرامات المستحقة على الشركة المستوردة بسبب التأخير حتى اليوم المذكور ١٦٥ ألف دولار ندفعها حزيه الدولة بالإضافة الى ما يساوى نفس المبلغ تقريبا قيمة العرامات المرتقبة عند نهاية التفريغ .

وقد ردت الشركة المستوردة على هذا البلاغ قائلة أن الجهة الموردة هي التي أخطأت بإرسال هذه الكميات الضخمة ، وانها أرسلت لها برقية تحملها مسئولية ذلك ، وتطالبها بدفع غرامات التأخير اعتمادا على ما تضمنه العقد من توزيع هذه الكميات على مدار السنة (١٤) . وان صح هذا الرد بالنسبة للكميات الزائدة فمن يتحمل مسئولية تأخير البدء في التفريغ للكمية التي كان مقررا طبقا لتواريخ التوريد أن تصل في ذلك الوقت . وظلت تنتظر ما يزيد عن الشهر قبل أن يبدأ تفريغها .

ولا شك أن هناك أمثلة أخرى عديدة في هذا المجال تسبب الزحام الشديد في الموانئ وتزيد من أزمة التكديس بها . ولو أن الشركة المستوردة قدرت سلفا الأماكن الكافية في ثلاجات الميناء أو مخازنها لما لجأت الى استيراد كميات بهذا الحجم يبدأ وصولها في أكثر الأوقات ازدحاما بحركة النقل البحري والبرى .

وثمة مشكلة سابعة يرى الباحث انها تسبب فقداننا لكثير من الموارد والطاقات ، وهي ضعف أساليب المتابعة والرقابة لاكتشاف حجم الانجازات الحقيقية . والتعرف على الأخطاء التي صاحبت التنفيذ وبالتالي يمكن تداركها ومحاسبة المسؤولين عن أى قصور أو إهمال .

#### رابعا - المجال الاجتماعى :

لما كان الانسان هو صانع التنمية وهو فى نفس الوقت الهدف منها . فقد أصبح من الضرورى نهضة هذا الانسان للقيام بهذا الدور وتعير أنماط سلوكه التى تقف عقيه أمام التطور . وقد درس فردريك



هاربيسون مؤخرا مشكلات القوة البشرية في ٧٥ بلدا وأجمل رأيه  
نيمًا يلي :

« ان تقدم أمة من الأمم يعتمد أولا وقبل كل شيء على  
شعبها • فما لم تنم الأمة روح الشعب والطاقات البشرية فهي غير  
قادرة على أن تنمى أى شيء آخر ، ماديا أو اقتصاديا أو سياسيا أو  
ثقافيا • المشكلة الأساسية لمعظم الدول المتخلفة — ليس الفقر في  
الموارد الطبيعية وإنما التخلف في الموارد الانسانية • ومن هنا كان  
واجبها الأول هو بناء الأفراد أو بناء رأس المال البشرى • ومعنى  
هذا رفع مستوى التعليم والمهارات وبث الأمل في النفوس •  
وبالتالى تحسين الصحة العقلية والجسمانية لرجالها ونسائها  
وأطفالها » (١٥) .

وفيما يتعلق بمصر فإننا نستطيع أن نحدد المشكلات الاجتماعية  
التي تواجهها على النحو التالى :

#### ١ - التعليم :

لجمهورية مصر العربية مشكلة مختلفة بعض الشيء عما ذكره  
هاربيسون في الموارد البشرية ، فلديها كفايات مدربة تدريباً عالياً في  
بعض المجالات أكثر مما تحتاج اليه • ويتخرج في جامعتها أعداد كبيرة  
جدا لا تستطيع الحكومة أن تدبر لهم جميعا أعمالا في داخل البلاد ،  
ولذلك تشجعهم على العمل في البلدان المجاورة • وإذا كان عدد  
الطلاب في جامعات مصر بالنسبة لعدد السكان أكبر من المملكة المتحدة  
وضعف ألمانيا الاتحادية ، فإن نسبة النشء من تلاميذ المدارس الأولية  
منخفضة كما أن نسبة الأميين رغم تفاقمها في السنوات الأخيرة  
ما زالت مرتفعة (١٦) .

(١٥) شرام ، ويلبور : المرجع السابق ، ص ٤٦ .

(١٦) انخفضت نسبة الأمية من ٧٠ ٪ في تعداد ١٩٦٠ الى ٥٦ ٪

في تعداد ١٩٧٦ .

انظر الاهرام الاقتصادى ، اول مايو ١٩٧٧ . ملحق سكان مصر ،  
نتائج التعداد العام للسكان والاسكان نوفمبر ١٩٧٦ ص ٣٢ .

ورغم زيادة أعداد خريجي الجامعات فهناك نقص شديد في الفنيين والعمال المهرة ، وهي نفس المشكلة التي تعاني منها الهند وهو ما يتحتم معه على كل من مصر والهند أن تعيدا النظر في سياستهما التعليمية والتدريبية لتلائم ظروفهما واحتياجاتهما (١٧) .

## ٢ - الظروف الصحية :

لتعبئة الموارد البشرية للتنمية الوطنية يلزم الاهتمام بصحة الشعب ، وهذا الاهتمام لا ينصب فقط على تقديم الخدمات الطبية والعلاجية ، وإنما يتطلب أيضا تعليم عادات صحية جديدة ، ووضع اللوائح والقوانين اللازمة لحماية الصحة العامة من عبث المستهترين . كما يلزم أن تكون اجراءات الوقاية من الأمراض وفي مقدمتها النظافة العامة لجميع المناطق الريفية والحضرية في بؤرة اهتمام المسؤولين عن صحة هذا الشعب .

وللأسف الشديد فان جهود وزارة الصحة في مصر تقتصر على تحقيق هذا الهدف . فالمخلفات وأكوام القمامة تجد لها مكانا وسط التجمعات السكانية بسبب عدم كفاية سيارات نقل القمامة . ومخلفات المجارى تصب في أطراف المدن وتعجز عن السير بعيدا في أعماق الصحراء . وبعض الأفراد الذين ينقصهم الوعي الصحي يقومون بتربية الحيوانات الأليفة والدواجن فوق أسطح المنازل أوفى الفراغات المحيطة بالبيوت . والأجهزة المستولة عن ازالة هذه المخلفات لا تتحرك الا قليلا ، واذا حدث فالمتابعة غير كافية لمنع الأفراد من العودة الى هذا السلوك الضار بصحة المواطنين ونظافة البيئة .

وتتسبب العادات الصحية السيئة في انتشار بعض الأمراض في الريف والحضر على السواء . ففي الريف المصري تنتشر أمراض العيون بنسبة ٩٠ ٪ ، كما تنتشر الأمراض المتوطنة كالبلهارسيا

---

(١٧) شرام ، ويلبور : المرجع السابق ص ٤٧ .



والاستكارس وتبلغ نسبة الإصابة بها بين ٣٠ الى ٧٠٪ أو أكثر .  
ولهذه الأمراض آثار خطيرة على صحة المصابين بها فهي تسبب أمراض  
الانيميا التي تضعف الحيوية وتقلل من قدرة الأفراد على الانتاج . كما  
تنتشر الأمراض الوبائية كالتيفود والحصبة والدفتريا والدوسنتاريا  
والتيفوس بسبب انتشار الذباب والحشرات (١١٨) . وقد انتقل الكثير  
من هذه الأمراض الى الحضر مع تزايد اتجاه الهجرة من الريف في  
السنوات الأخيرة .

### ٣ — الانفجار السكاني :

تعتبر المشكلة السكانية من أخطر المشكلات التي تواجه مصر  
اجتماعيا واقتصاديا في ظل الموارد الاقتصادية المتاحة والمستغلة في  
الوقت الحاضر . فقد دخلت مصر مرحلة الانفجار السكاني في أعقاب  
الحرب العالمية الثانية حينما هيئت نسبة الوفيات هبوطا ملحوظا من  
٢٨ في الألف عام ١٩٢٠ الى ١٩ في الألف عام ١٩٥٠ . ثم الى ١٤ في  
الألف عام ١٩٦٥ . وأدى ذلك الى ارتفاع معدل الزيادة الطبيعية ، حيث  
ظل معدل المواليد يتذبذب في الفترة من عام ١٩٢٠ الى ١٩٦٥  
بين ٤٠ في الألف ، ٤٤ في الألف بمتوسط قدره ٤٢ في الألف سنويا (١٩)  
وأدى ذلك الى ارتفاع معدل الزيادة الطبيعية من ١٤ في الألف عام  
١٩٢٠ الى ٢٨ في الألف أي الضعف عام ١٩٦٥ .

ثم بدأ الانخفاض البطيء غير المنتظم من عام ١٩٦٦ حيث بلغ معدل  
الزيادة ٢٥ في الألف الى أن وصل الى ٢٠ في الألف عام ١٩٧٠ ، ولكنه  
عاد الى الارتفاع بعد ذلك ليتراوح بين ٢١ ، ٢٣ في الألف خلال  
السنوات التالية .

وقد ترتب على هذا التزايد السريع في عدد السكان انخفاض نصيب

---

(١١٨) عبد الباسط محمد حسن : التنمية الاجتماعية ، القاهرة ، مكتبة  
وهبة ، ١٩٧٧ ص ٣٧٧ .

(١٩) الكتاب السنوي للإحصاء . عام ١٩٧٥ ، ص ١٩ .

الفرد من المساحة المزروعة من ٥٢ر٠ من الفدان عام ١٨٩٧ لتصل الى ٢١ر٠ عام ١٩٧٠ ، ورغم تضاعف المساحة المحصولية في نفس الفترة فقد انخفض نصيب الفرد من ٧٠ر٠ عام ١٨٩٧ ليصل الى ٣٤ر٠ عام ١٩٧٠ (٢٠) .

ومن آثار الضغط السكاني على الأراضي الزراعية في الريف المصري البطالة بأشكالها المختلفة ، من بطالة كاملة الى بطالة موسمية الى بطالة مقنعة ، الأمر الذي ترتب عليه تدفق المهاجرين من الريف الى المدن الكبرى . وإذا كانت فرص العمل في المدن تضيق شيئا فشيئا فان هؤلاء الوافدين يمثلون عبئا كبيرا على هذه المدن بما يقومون به من أعمال طفيلية وما يسببونه في نفس الوقت من مشكلات اجتماعية خطيرة (٢١) .

ومن مظاهر الضغط السكاني على الأرض الزراعية — أيضا — عدم كفاية الانتاج في معظم المحاصيل الغذائية لحاجات السكان . فعلى الرغم من الزيادة الملحوظة في انتاج القمح على سبيل المثال فان واردات مصر منه في تزايد مستمر . وأصبح القمح يتصدر قائمة الواردات في تجارة مصر الخارجية (٢٢) .

ولقد ألفت المشكلة السكانية ظلالها على الخدمات الصحية والتعليمية ، فتدهور مستواها وتناقصت امكانياتها وأصبحت عاجزة عن الوفاء الكامل بمتطلبات أفراد الشعب الذين يتزايدون بصورة أكبر من نمو هذه الخدمات وتطورها . كما تدهور مستوى الخدمة في كثير من المرافق العامة وأصبحت قاصرة عن سداد احتياجات السكان المتزايدين بسرعة بالغة رغم الجهود التي تبذل في سبيل أزمة المساكن والمواصلات والمياه والكهرباء والمجارى وغيرها .

---

(٢٠) دراسات سكانية : نشرة يصدرها مكتب البحوث بجهاز تنظيم الأسرة والسكان . العدد الخامس عشر ، ديسمبر ١٩٧٤ ( عن مقال د . محمد صبحي عبد الحكيم ) ص ١٥ .  
(٢١) المرجع السابق ص ١٦ .  
(٢٢) نفس المرجع ، ص ١٦ .



وإذا كان العمل في الدول العربية قد فتح فرصا متزايدة أمام المصريين في السنوات الأخيرة إلا أنه لا يشكل إلا نسبة ضئيلة من الحجم الكلى للسكان . ومعنى هذا أن حل المشكلة لا بد أن يكون داخل مصر نفسها ، وهو الحل الذى يعتمد أساسا على التنمية الاقتصادية من ناحية وتنظيم الأسرة من ناحية أخرى . ولا تقل أيا من هاتين الوسيلتين أهمية عن الأخرى . فالموارد الاقتصادية أشبه برجل يمشى الهوينى وراء حصان جامح هو التزايد السكانى السريع . ومادام الرجل محتفظا ببطئه والحصان مستمرا في جموحه فلن تستطيع التنمية أن تلحق بالسكان في نموهم إلا إذا زدنا من سرعة الرجل وخففنا من سرعة الحصان (٢٣) .

#### ٤ — العادات والتقاليد :

تقف بعض العادات والتقاليد المتوارثة عقبة في طريق التنمية بما تستنزفه من مدخرات بعض الأفراد وحاجاتهم الأساسية ، وما تضيفه من أعباء وديون مستمرة على ذوى الدخل المحدودة . وتأتى الأفراح والمآتم والأعياد الدينية في مقدمة المناسبات التى تجعل الكثيرين ينفقون ببذخ فيما لا فائدة منه سوى التظاهر أو تجنب السنة السوء كما يزعم البعض . وبدلا من أن تستغل هذه المناسبات في الوقوف على معانيها الحقيقية وتأمل ما تتضمنه من عبر وعظات لأصلاح المنحرفين ، يتغلب المظهر على الجوهر وتتحول الى شىء مختلف تماما .

فشهر رمضان المبارك وهو شهر العبادة والهداية والرجوع الى الله سبحانه وتعالى والتأمل في عظمته ، يتحول الى شهر للكسل والتراخي والاهمال في العمل ، واستهلاك المزيد من أصناف الطعام وارهاق ذوى الدخل الصغيرة وزيادة العبء على ميزانية الدولة التى تستورد في هذا الشهر كميات اضافية من السكر والدقيق والسمن اللازم لاعداد « كعك العيد » الذى يؤكل ليضفى على أكله مزيدا من

---

(٢٣) التشبيه مأخوذ عن د . محمد صبحى عبد الحكيم : المرجع السابق ص ١٨ .

التخمة والمرض واستهلاك الدواء وليحرم الاقتصاد الوطنى من أموال  
كان يمكن أن تستورد بها سلع انتاجية تدعم التنمية وترفع معدلاتها .

والاسكان فى مصر يمثل أيضا عقبة أخرى فى طريق التنمية نتيجة  
للعادات السائدة عن شكل المنزل وأثاثه . وتتضح هذه الظاهرة بشكل  
خاص عند جماهير الطبقات المتوسطة ، فمازال مفهوم المنزل الصغير  
والاثاث العملى المتعدد الأغراض غير مقبول من الناحية الاجتماعية .  
ولابد من ملء البيت بقطع من الاثاث الضخم الباهظ التكاليف والذى  
لا يستعمل الا فى مناسبات قليلة وفى الوقت نفسه يتطلب مزيدا من  
الحجرات . وهذا يجعل حجم الوحدة السكنية أكبر من قدرة الأفراد  
الاقتصادية وأكبر أيضا من طاقة الاقتصاد الوطنى على توفير العدد  
اللازم من هذه الوحدات للأسر الجديدة المتزايدة .

## المبحث الثانى

### دور العلاقات العامة على المستوى المركزى

#### أجهزة العلاقات العامة على المستوى المركزى :

تحرص معظم الدول على ايجاد هيئة أو أكثر تكون مسئولة عن رعاية العلاقات بين الحكومة والجماهير من خلال نشر المعلومات بانتظام عن سياسة الحكومة وخططها وانجازاتها ، وتعريف الجماهير بشتى التشريعات واللوائح الحكومية حتى يتسنى للشعب أن يتجاوب مع ما تصدره الوزارات من قرارات تنظيمية تضمن التعاون فى العمل بين الحكومة والمواطنين .

ومن أبرز هذه الهيئات الجهاز المركزى للاستعلامات Central Office of Information فى المملكة المتحدة (١) . والوكالة المركزية للعلاقات العامة والاعلام (٢) Central Public Relations and Information Agency

كما أن هناك دولا تسيطر على أجهزة الاتصال الجماهيرية وتوجهها فى اطار سياستها العامة لتقوم بوظيفة العلاقات العامة على المستوى المركزى ضمن ما تقوم به من واجبات .

واذا انتقلنا الى مصر وجدنا أن أعمال العلاقات العامة للدولة كانت تقوم بها بادية الأمر « ادارة الاستعلامات » عقب صدور المرسوم بقانون رقم ٢٧٠ لسنة ١٩٥٢ الخاص بانشاء وزارة الارشاد

---

(١) Black. Sam : **Practical Public Relations** : Forth Edition, Sir Isaac. Pitman and Sons Ltd. London 1976. p. 141.

(٢) Cutlip and Center : **Effective Public Relations**. Forth Edition. Prentice-Hall Inc., Englewood Cliffs, New Jersey 1971. p. 552.



القومى . وكانت ادارة الاستعلامات احدى مصالحها ، ثم انفصلت هذه الادارة عن الوزارة وأصبحت مصلحة مستقلة تابعة لرئاسة الجمهورية سنة ١٩٥٧ . وفى عام ١٩٦٧ تحولت المصلحة الى هيئة عامة يرأسها نائب وزير يمثل الحكومة فى المؤتمرات الصحفية ويعتبر متحدثا رسميا باسمها (٣) .

وتهدف الهيئة فى المجال الداخلى الى تدعيم المفاهيم الجديدة للدولة لدى الجماهير وتعميقها والمساهمة فى رفع مستوى القرية حضاريا وثقافيا واقتصاديا ، وتحقيق الاتصال وبين القاعدة الشعبية والقيادات فى العاصمة وعواصم المحافظات . وكذلك المساهمة فى المناسبات القومية وتوضيح فلسفة العمل وقرارات الدولة للمواطنين . وفى عام ١٩٥٣ أصدر مجلس الوزراء المصرى قرارا بإنشاء مكاتب للعلاقات العامة فى كل وزارة ، وذلك بقصد تحقيق الأهداف التالية :

١ - تعريف المواطنين بالاحداث الجارية ، وتزويدهم ببيانات دقيقة عنها .

٢ - توضيح وشرح النشاط الحكومى ، والنشاط المتعلق بمؤسسات القطاع العام .

٣ - اجراء الاستفتاءات والاحصاءات للتعرف على رغبات الجمهور وحاجاته (٤) .

كما أن وسائل الاتصال الجماهيرية فى مصر تسير فى اطار السياسة العامة للدولة نظرا للتبعية المباشرة لجهازى الاذاعة والتليفزيون لوزارة الثقافة والاعلام ، وكذلك بالنسبة لمعظم قطاعات الثقافة الجماهيرية

---

(٣) ابراهيم امام : فن العلاقات العامة والاعلام ، الطبعة الثانية ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٦٨ ، ص ٣٠٢ .  
(٤) محمد عبد القادر حاتم : الاعلام والدعاية ، نظريات وتجارب ، القاهرة . مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٧٢ ، ص ٦١ .

والسينما والمسرح . كما يمتلك الاتحاد الاشتراكي العربي دور الصحف الكبرى ويضمن بذلك التزامها بالخط السياسي العام للدولة .

وبذلك نستطيع أن نقول ان امكانيات العلاقات العامة على المستوى المركزي للدولة كبيرة اذا احسن استخدامها وتوجيهها للمشاركة في عملية التنمية . فهي تتكون من الهيئة العامة للاستعلامات ووسائل الاتصال الكبرى : الاذاعة ، والتليفزيون ، والصحافة ، وكذلك أجهزة الثقافة الجماهيرية . ويمكن أن نضيف اليها التنظيمات السياسية والشبابية اذا استخدمت على الوجه الأمثل في تعبئة الموارد البشرية لخدمة التنمية .

### انتشار الأفكار الجديدة :

من الثابت أن الاتصال غير المباشر من خلال الوسائل الجماهيرية لا يستطيع أن يتحمل وحده عبء الاقناع بالتغيرات الجديدة التي تتطلبها عملية التنمية ، لأنه من بين العوامل الوسيطة التي يتم من خلالها الاتصال يأتي تأثير الجماعات المرجعية الايجابية بالاضافة الى تأثير قادة الرأي والتأثير الشخصي<sup>(٥)</sup> . ولقد أثبتت دراسات الاتصال أهمية الاستفادة من الاتصال الشخصي في الاقناع بممارسة سلوك جديد . ويظهر ذلك بشكل واضح في دراسات التبني Adoption studies التي بدأت في الأربعينات لقياس مدى تقبل المزارعين للأفكار المستحدثة .

فقد تتبعه ريان Ryan وجروس Gross الى أن تبني الفكرة الجديدة يتكون من أربع مراحل تبدأ بالشعور بالفكرة ، ثم الاقتناع

---

Lazarsfeld P. F., Berelson B. and Gaudet H. : The People's Choice. Second Edition. Columbia University Press. New York 1948. pp. 140-145.

Katz E., The Two Stop Flow of Communication  
Public Opinion Quarterly Spring 1957.

انظر أيضا :

بنائيتها . ومحاولة قبولها . وأخيرا التبنى الكامل لها . وذلك في الدراسة التي قاما بها في موضوع انتشار فكرة اقبال الزراع على بذور الذرة الهجين<sup>(٦)</sup> . ثم توالت بعد ذلك الدراسات المماثلة وان كانت لم تصل الى اتفاق كامل فيما يختص بعدد المراحل الا أنها أجمعت على قبول فكرة المراحل . كما اتفقت كذلك على أن تبني أى فكرة جديدة قلما يأتى نتيجة لقرار عفوى .

واذا أخذنا بتقسيم بيل George M. Beal وبوهلين Joe M. Bohlen فإن تبني الفكرة الجديدة يمر بهذه المراحل : الادراك Awareness ، الاهتمام Interest . والتقويم Evaluation والتجريب أو المحاولة Trial ، وأخيرا الممارسة أو التبنى Adoption . في المرحلة الاولى يدرك الفرد الفكرة الجديدة ويسمع عنها لأول مرة . ويزداد اهتمام الفرد في المرحلة الثانية بالتعرف على تفاصيل أكثر عن الفكرة ويسعى للحصول على معلومات وافية عنها . أما مرحلة التقويم فيقوم الفرد فيها بوزن الفكرة على ضوء البدائل الأخرى ويقرر مدى ضرورتها لتحقيق أهدافه ، ويربط بين المعلومات التي وصلت اليه وبين ظروفه الشخصية . وقد يعود لاستزادة في المعلومات الخاصة بهذه الفكرة ، كما أنه يلجأ الى جماعته الأولية أو أصدقائه أو أقاربه . ثم يعود للتقويم مرة أخرى حتى يصل الى قرار في النهاية ، اما بتقبل الفكرة ومحاولة تجربتها أو استبعادها كلية .

ويبدأ الفرد في تجربة الفكرة عمليا في المرحلة الرابعة اذا اقتنع بفائدتها وملاءمتها لظروفه الشخصية . فاذا أثبتت التجربة ما وصل اليه من رأى بشأنها انتقل الى المرحلة الخامسة وهي الممارسة أو التبنى الكامل للفكرة الجديدة بحيث تصبح جزءا من سلوكه العادى . وذلك لا يقضى على احتمال تعديل هذا النمط السلوكى في احدى حالتين : الاولى

٦١ روجرز . ايفيرت : الافكار المستحدثة وكيف تنتشر . ترجمة سامى شاذ ، القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٦٢ ، ص ١٠٦ - ١١ .



أن يجد نمطا أفضل منه ، والثانية اذا نتج عن هذا النمط في أى وقت مضاعفات غير مرغوبة •

ويؤكد بيل وبوهلين أنه ليس من الضروري أن يمر الفرد بكل مرحلة تماما قبل أن ينتقل الى مرحلة أخرى ، وهذا التقسيم هو لأغراض الدراسة (٧) • كما أن الفترة الزمنية التي يستغرقها الانسان للوصول الى مرحلة الممارسة تتوقف على مدى بساطة أو تعقيد الفكرة وما اذا كانت تحتاج الى تغيير في مجموعة أنماطه السلوكية واتجاهاته أو تتماشى مع أنماط السلوك الحالية ، وعلى مقدار وضوح الهدف الذى سيتحقق للانسان من تغيير سلوكه ، والجزاء العاجل أو الآجل الذى يحققه هذا التغيير •

وتشير الدراسات التى أجريت في مجال انتشار الأفكار الجديدة الى أن دور وسائل الاتصال الجماهيرية يتركز بصفة أساسية في مرحلة الإدراك ، أما المرحلتين الثانية والرابعة فيلعب فيهما الاتصال الشخصى الدور الأكبر • ويشترك الاعلام الجماهيرى والاتصال الشخصى في المرحلتين الثالثة والخامسة ، ومعنى هذا انه لابد من تحقيق التكامل بين الاتصال الجماهيرى والشخصى في الدعوة الى الأفكار الجديدة •

**استخدام وسائل الاتصال الجماهيرى والشخصى في نشر الأفكار الجديدة :**

لتحقيق أقصى قدر من التأثير باستخدام وسائل الاتصال الجماهيرى والشخصى في تشكيل أنماط السلوك الدافعة لنجاح التنمية ينبغى أن تكون هناك خطة محددة تتضمن ما يلى :

---

George M. Beal and Joe M. Bohlen : (In Bogue D. (٧)  
Mass Communication and Motivation for Birth Control Community  
and Family Study Center. University of Chicago 1967, pp. 79-80.

١ - الأهداف الرئيسية التي تحقق التغلب على التحديات المعوقة للتنمية .

٢ - تحديد الجماهير المستهدفة والتعرف على خصائصها الأولية .

٣ - الخصائص العامة لوسائل الاتصال من حيث ملاءمتها للجمهور المستهدف وصلاحياتها لنقل الفكرة الجديدة ، ودرجة انتشارها ، وقوة تأثيرها ، وإمكانية المتابعة والتوجيه للقائمين عليها .

٤ - معرفة دقيقة بالاتجاهات والآراء السائدة والدوافع التي تقوم عليها هذه الاتجاهات لانه من الثابت علميا أن التصدى المباشر للاتجاهات السائدة والراسخة قلما يأتى بالنتيجة المرجوة . حقيقة أنه من الممكن في ظل استراتيجية اعلامية سليمة احداث تحول تدريجى Canalizing في الاتجاهات القائمة ، ولكن هذا التحول لا يتم على الوجه الأكمل الا اذا عرفت الدوافع المؤيدة لأنماط السلوك السائدة وبالتالي يكون التخطيط لاضعاف هذه الدوافع وتنشيط الدوافع المضادة ودعمها .

٥ - الأدوار المحددة لكل وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيرى والشخصى في ضوء معرفة الجمهور المستهدف وخصائص الفكرة المراد نشرها والمدى الزمنى الأمثل لتحقيق الهدف ، وكذلك الموارد المالية المحددة طبقا لأولويات الأهداف .

٦ - تحديد وسائل التقويم Evaluation التي تكفل متابعة تنفيذ الخطة الاعلامية وتحديد مدى التقدم الذى تحققه أو الفشل الذى تصادفه ومعرفة الأسباب فى الحالتين لاجراء التعديلات الضرورية ضمانا لتحقيق الهدف بأقل جهد وفى أقصر وقت ممكن وبأقصى قدر من النجاح .

واذا كانت دراسات التبنى قد أوضحت دور كل من الاتصال

الجماهيرى والشخصى فى نشر الأفكار الجديدة ، فمن الضرورى أن نؤكد هنا على الحقائق التالية :

١ - أن استخدام الوسائل الجماهيرية جنبا الى جنب مع الاتصال المباشر يزيد من سرعة انتشار الدعوة ويضفى عليها الصبغة العامة ، ويساعد على اثاره المناقشات حولها (٨) .

٢ - أن الاتصال الجماهيرى ضرورى لكسر ما يسمى بحاجز المنع أو التحريم ازاء الموضوعات التى ينظر اليها على أنها من المحرمات taboos وهذا يشجع ويساعد الاتصال الشخصى على القيام بدوره .

٣ - أن الاتصال الجماهيرى يمد قادة الرأى بالمعلومات التى يحتاجون اليها فى نشر الدعوة .

٤ - أن الاتصال الجماهيرى يساعد الأفراد على الانتقال النفسى من الواقع الذى يعيشونه وتخيل واقع جديد لم يجربوه من قبل ، وهو ما يعرف بالتقمص الوجدانى Empathy وهو ما يميز المجتمعات الإنتقالية عن المجتمعات المتخلفة . وقديما كانت تتم هذه العملية ببطء شديد من خلال انتقال بعض الأفراد القلائل ماديا من المكان الذى يعيشون فيه الى مكان آخر أكثر تقدما ، مما يساعد على نموهم النفسى والذهنى واثارة طموحهم وتنشيط خيالهم وبالتالي استعدادهم للتحضر . ونظرا لأن التحضر حالة ذهنية واستعداد للتغيير والتكيف فان وسائل الاتصال الجماهيرية بمساعدتها على تغيير تطلعات الأفراد وتوسيع آفاقهم تقدم خدمة ضرورية لتنمية المجتمع (٩) .

---

(٨) ابراهيم امام : الاعلام والاتصال بالجماهير ، الطبعة الاولى ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٦٩ ، ص ٤٤٧ .  
(٩) جيهان أحمد رشتى : الاسس العلمية لنظريات الاعلام ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٧٥ ، ص ٣٨ .



٥ — أن الاتصال الجماهيري من خلال المطبوعات يساعد الجمهور القارئ على فهم بعض الأفكار التي تحتاج الى تفاصيل دقيقة أو رسوم توضيحية أو بيانات احصائية كما انه يضيف صفة الخصوصية على بعض الموضوعات التي تحتاج الى ذلك ، وفي نفس الوقت فانه يسمح للجمهور القارئ بالقراءة المتأنية والمراجعة المتكررة اذا احتاج الأمر الى ذلك . وأخيرا فانه يتيح للقارئ اختيار الوقت المناسب للقراءة (١٠) .

٦ — أن الكلمة المذاعة يمكن تسجيلها واعادة اذاعتها أكثر من مرة فتكتسب في كل مرة قوة اضافية هي قوة الدق المنتظم . وكذلك تساعد الاذاعة على بث روح الاهتمام بالمسائل العامة وسرعة تجميع الجماهير حول رأى معين خاصة في أوقات الشدائد والأزمات . الا أنه من أهم عيوب الراديو أن الانسان يعرض نفسه اليه في كثير من الأحيان بلا تركيز أو بلا اهتمام ويعمل أساسا كخلفية ترفيهية أكثر مما يعمل كهدف للاهتمام المركز (١١) .

٧ — أن التليفزيون هو أقرب وسيلة للاتصال المواجهي ، فهو يجمع بين الرؤية والصوت والحركة وأحيانا اللون ، ويستطيع أن يكبر الأشياء الصغيرة فتبدو في صورة واضحة وهو كالأذاعة يقدم المادة الاعلامية في زمن حدوثها ويوفر الاحساس الجمعي لمشاهديه . ولكن يعيب التليفزيون أن ارساله ينحصر في دائرة ضيقة وان اثمان أجهزته مرتفعة الى الحد الذي يشكل عبئا لا يحتمله الكثيرون (١٢) .

٨ — ان امكانيات السينما غير المحدودة كاعتمادها على التصوير الخارجى ، ومزجها بين المشاهد الطبيعية والمشاهد المأخوذة فى الاستديو ،

---

Klapper J. T. : The Effects of Mass Communication. (١٠)

Glencoe 111 The Free Press 1960. pp. 99-101.

(١١) على عجوة : الانسج العلمية للعلاقات العامة ، القاهرة ، عالم

الكتب ، ١٩٧٧ ، ص ١٦٥ .

(١٢) المرجع اسبق ، ص ١٦٦ .

واستخدامها المؤثرات الصوتية والألوان الطبيعية ولغة الحديث اليومي المبسطة ، كل ذلك يضاعف من شدة تأثيرها وجاذبيتها • ولكن حينما يبالغ الفيلم في تضخيم الأشياء قد تفسر هذه الأشياء بطريقة مختلفة • كما أن الأفلام المستوردة قد تسبب أثرا عكسيا لاختلاف ظروف المجتمع المأخوذة منه عن الظروف المحلية والنماذج البيئية (١٣) •

٩ - أن الاتصال الشخصى أكثر قدرة على إثارة الاهتمام والتقبل للأفكار الجديدة ، كما أنه أكثر تأثيرا في الاقناع بتجربة الأنماط السلوكية الجديدة تمهيدا لممارستها والتعود عليها •

١٠ - أن الاتصال الشخصى يساعد على تقدير حجم التعرض للرسالة ومعرفة الأثر لذى أحدثته وتعديل أسلوب الدعوة ليتلاءم مع الظروف المحيطة بها •

وقد ثبت أن استخدام جميع الوسائل في نفس الوقت كفيل بخلق الاهتمام ازاء أى مشكلة من المشكلات التى تواجه المجتمع ، لما يحققه ذلك من وصول الرسالة الاعلامية الى جميع الأفراد مهما اختلفت ظروفهم وعادات الاتصال عندهم • ومن هنا كان التكامل ضروريا بين أجهزة الاعلام والاتصال الشخصى لتحقيق أهداف العلاقات العامة على المستوى المركزى •

### دور أجهزة العلاقات العامة المركزية في تنمية المجتمع المصرى :

يتناول هذا الجزء من البحث دور أجهزة العلاقات العامة المركزية في التغلب على التحديات التى تواجه تنمية المجتمع المصرى في المجالات الاقتصادية والسياسية والادارية والاجتماعية على ضوء العرض الذى قدمته في البحث الأول لهذه التحديات وتطبيقا للأسس العلمية للاتصال التى عرضت لها في هذا البحث •

(١٣) نفس المرجع ص ١٦٧ •

## أولا - المجال الاقتصادي :

١ - تنمية الوعي الادخارى ضرورة قومية لتوفير الاستثمارات اللازمة لمشروعات الخطة . كما أن عادة الادخار تساعد على ترشيد الاستهلاك وتوجيهه الى ما يعود على الأسرة والمجتمع بالنفع . وتستطيع وسائل الاتصال الجماهيرى أن توضح فوائد الادخار من خلال عرضها للنماذج التى كان للادخار دور بارز فى نجاحها . كما أن عرض النماذج المضادة التى تتفق عن بذخ وما يسببه ذلك البذخ من أضرار يساعد على توضيح فوائد الادخار كمادة سلوكية نافعة . وإذا كان البعض يمارس هذه العادة دون أن يساهم بها فى الاستثمارات القومية فإنه من الضروري أن نبذل الجهود لاقتناع هؤلاء بفائدة استثمار مدخراتهم ، وأن تقدم لهم الضمانات الكافية . ولعل الإشارة الى حادث السطو الذى وقع بمنزل أحد أساتذة الجامعة والذى أوضح أنه يمتلك ما قيمته مليونين من الجنيهات داخل منزله <sup>(١٢)</sup> ، يشير بشكل واضح الى تخاذل البعض عن استثمار أموالهم . وقد كان من الممكن أن يستغل هذا الحادث بأسلوب علمى فى التوعية ودعوة القادرين على استثمار أموالهم فيما يفيدهم ويفيد الاقتصاد الوطنى .

٢ - ترتبط تنمية الوعي الادخارى كما ذكرت بترشيد الاستهلاك ومن الملاحظ أن الكثيرين من ذوى الدخل المحدود يستهلكون جزءا غير يسير من هذا الدخل فى الانفاق على عادة التدخين وتناول الشاي والقهوة وأحيانا المخدرات والمشروبات الكحولية . ومما يؤسف له أن هذه العادات تبدأ فى الانتشار عند الشباب بتأثير التعرض لوسائل الاتصال الجماهيرى ومحاكاة أبطال الأفلام والمسلسلات التى تقدم من خلالها . كما أن رعاية الأسرة على أبنائها فى هذا المجال وتوجيههم الى السلوك المفيد أقل مما هو مطلوب .



وينبغي أن تصح وسائل الاتصال الجماهيرية أخطاءها وتعالج هذا الوضع الشاذ بتوضيح الآثار السيئة لهذه الممارسات الضارة • كما يجب على هذه الوسائل أن تشجع الأسر المصرية على المشاركة الفعالة في تربية النشء وإبعاده عن هذا السلوك المنحرف • ولنا أن نتخيل حجم ما ينفق على هذه الممارسات السقيمة بالإضافة إلى آثارها الصحية البغيضة •

٣ — وإذا كان ترشييد الاستهلاك على المستوى الجماهيري ضرورة ملحة لخدمة أهداف التنمية ، فإن ترشييد الانفاق الحكومي لا يقل أهمية وضرورة عن ذلك • وتستطيع وسائل الاتصال الجماهيرية أن تقدم للمواطنين نماذج الترشييد التي حدثت في مجتمعات أخرى بالإضافة إلى النماذج المشرفة القليلة التي تحدثت في بعض الأجهزة الحكومية في مصر • كما أن فضح الانحرافات الناتجة عن سوء الانفاق والمدعمة بالأدلة والبراهين الجادة يخدم بشكل فعال قضية التنمية • فبالإضافة إلى كونه أحد أشكال العقاب لهؤلاء المقصرين فهو تأكيد لما ينبغي أن يكون عليه الانفاق السوى •

٤ — ومن المظاهر السيئة التي أضرت بالاقتصاد الوطنى في مصر ظاهرة التهرب من الضرائب وضعف حصيلتها بالنسبة لما يتحقق من دخول • وربما كان السبب المباشر لذلك راجعاً إلى عجز قوانين الضرائب عن الوصول إلى أصحاب الدخول الكبيرة (١٥) • ولكن يمكن أيضاً إرجاع بعض السبب في ذلك إلى ضعف الوعي الضرائبى لدى المواطنين مما يجعلهم يتهربون من أداء هذا الواجب الوطنى • وبالإضافة إلى ضرورة إصدار التشريعات التي تكفل عدم التهرب من أداء هذا الواجب الوطنى ينبغي على وسائل الاتصال الجماهيرى أن تعمل على تنمية الوعي الضرائبى وأن تربط بينه وبين سائر الواجبات الوطنية التي يتحتم على المواطن الصالح أن يؤديها • كما أنه من الضروري أن تسلط الضوء

---

(١٥) تجرى في مجلس الشعب مناقشة قانون جديد للضرائب وقت إعداد هذا البحث ولا نستطيع أن نتحدث منه قبل إقراره •

على المنهريين من أداء هذا الواجب لكي يكونوا عبرة لمن تسول لهم أنفسهم  
التهرب من دفع الضرائب •

٥ - ينبغي على وسائل الاتصال الجماهيرية أن تساهم في نشر  
الوعي التأميني باعتباره أحد أوعية الادخار اللازمة لتمويل مشروعات  
التنمية ، فبالإضافة الى الاعلانات المباشرة التي تمولها شركات التأمين ،  
يلزم أن يكون هناك نوع من الحث غير المباشر من خلال البرامج المختلفة  
في الاذاعة والتلفزيون وكذلك الموضوعات الصحفية التي تؤكد على ضرورة  
وأهمية التأمين في العصر الحديث •

٦ - يمكن أن تلعب وسائل الاعلام دورا هاما في مجالى الارشاد  
الزراعى والأمن الصناعى ، حيث يمكن ارشاد المزارعين الى أفضل  
الطرق للتغلب على الأمراض التي تصيب المحاصيل المختلفة وتوجيههم  
الى أنسب الأوقات لزراعتها وتقديم المعلومات المتصلة برعاية هذه  
المحاصيل وزيادة انتاجية الفدان • كما أن حماية المصانع ووقايتها من  
كافة الأخطار يجب أن تأخذ نصيبها من الاهتمام من جانب وسائل  
الاتصال الجماهيرى ، ويجب التأكيد باستمرار على بذل كل الجهود  
لتقليل الفاقد والمعطى من أدوات الانتاج وتشجيع الابتكار والاشادة  
بالعاملين المثابرين الذين يقدمون أجل الخدمات للاقتصاد الوطنى • ومن  
المهم هنا أن نؤكد على أهمية اختيار الأوقات المناسبة لاذاعة برامج  
التوعية الموجهة للفلاحين أو للعمال بحيث تقع في فترة تعرضهم للاذاعة  
أو التلفزيون •

وغنى عن البيان أن نشر الى أهمية الاذاعة الصوتية للفلاح  
المصرى لانتشار الراديو الترانزستور فى الريف • كما أن الصحف تصل  
الى الريف ولا يجد الفلاح الأمى صعوبة فى معرفة ما تنشره - من  
موضوعات تدخل فى دائرة اهتمامه - عن طريق أحد أبنائه أو أقاربه  
أو جيرانه ممن يجيدون القراءة والكتابة • أما التلفزيون فان انتشاره

مارال محدودا في الريف بسبب عدم وصول الكهرباء الى بعض القرى  
بالاضافة الى ارتفاع اثمان أجهزة الاستقبال (١) .

٧ - ينبغي أن تقوم وسائل الاتصال الجماهيرية بتبصير  
المواطنين بحقيقة الأوضاع الاقتصادية والتحديات التي تواجه التنمية ،  
وأن تؤهلهم للقيام بأعباء المشاركة والمبادرة الذاتية لعلاج هذه المشكلات .  
وعلى سبيل المثال فإن التصوير الخاطئ لسياسة الانفتاح الاقتصادي  
- عند بدء هذه السياسة - على أنها حل عاجل لكثير من مشكلات  
المجتمع الاقتصادية جعل الجماهير تتوقع كل يوم انفراج الأزمات وحل  
مشاكل التموين والسكان والمواصلات . ولم تقدم هذه الوسائل  
ما يضع الصورة في حجمها الحقيقي ، أو تبين أن العائد الاقتصادي  
لهذه الاستثمارات يستغرق وقتا ليس بالقليل ، وأن الجهد الوطني  
والتضحيات الوطنية مطلوبة الى جانب ذلك كله حتى تتحقق التنمية .  
كما أن علاج مشكلات الانفتاح الاقتصادي لا تأخذ شكلا موضوعيا عند  
تناولها في وسائل الاتصال ، فهي إما تمجيد مطلق أو رفض تام دون محاولة  
لعرض أسس توجيه هذه السياسة بما يخدم الاقتصاد المصري .

٨ - أن وسائل الاعلام مسئولة عن توسيع رقعة الحوار الخاص  
بالخطة وتقديم البيانات والمعلومات الدقيقة والوافية الى الجماهير .  
فقد ثبت أن اشتراك الأفراد في مناقشة أي موضوع واقتناعهم بما  
يتخذ من قرارات يزيد من مشاركتهم الايجابية وتعاونهم مع القيادات  
المسئولة في انجاح الخطة والتغلب على المشكلات التي تواجهها . فبعض  
القيادات لا تنبه الى المشكلات المحلية التي تواجه التنفيذ وبالتالي  
تكون حلولهم لمواجهتها غير مجدية . ولكن عندما يتاح للجمهور المحلي  
أن يبدى رأيه وأن يتقدم باقتراحاته تكون الفرصة أكبر في حل هذه  
المشكلات والتغلب عليها .

---

(١) تغير هذا الوضع الآن وانتشرت أجهزة التلفزيون وكذلك الفيديو  
نتيجة لعمليات السفر الى الدول العربية ولدخول الكهرباء في معظم القرى .



## ثانيا - المجال السياسى :

١ - ينبغى أن تحرص وسائل الاتصال الجماهيرى على غرس الشعور بالانتماء الوطنى والقومى عند المواطنين • فما من دولة تستطيع أن تخترق حاجز التخلف الاقتصادى دون أن يدرك المواطنون أن مصلحتهم المشتركة تقتضى التعاون فيما بينهم لتحقيق أهداف عامة محددة تعود بالنفع عليهم جميعا • كما أن شعور المواطن بالولاء هو الذى يدفعه الى بذل التضحيات التى تتطلبها مصلحة البلاد (١٦) •

وهذا يتطلب من وسائل الاتصال أن تتنبه لمحاولات ضرب الوحدة الوطنية ، التى تسعى اليها القوى المعادية ، وأن تحرص على نبذ التعصب لأى جماعة من الجماعات ، وأن تعمق المفهوم الوطنى والقومى لدى جميع المواطنين •

٢ - ينبغى أن تساهم أجهزة الاعلام بموضوعية تامة فى ايجاد الوعى السياسى لدى المواطنين وتشجيعهم على المشاركة السياسية فى اتخاذ القرارات من خلال العمل الديمقراطى السليم - بعيدا عن الخداع والمزايدات الحزبية الرخيصة - اسهاما منها فى انجاح التجربة الديمقراطية وحمايتها من القوى المعادية التى تسعى الى هدم هذه التجربة وفرض ارادتها على المواطنين • وقد ثبت أن الاعلام يلعب دورا جوهريا فى التوعية السياسية كما وجد الباحثان هيراباياش Hirabayashi والخطيب أن القرويين المصريين يهتمون بالمسائل القومية كما يهتمون بدرجة أقل بالقضايا الدولية ، وأن هناك صلة وثيقة بين المشاركة السياسية وارتفاع المستوى التعليمى (١٧) •

٣ - ومن الضرورى أن تتنبه أجهزة الاعلام لمحاولات التشكيك

---

(١٦) جيهان أحمد رشتى : نظم الاتصال ، الاعلام فى الدول النامية ، القاهرة ، دار الفكر العربى ١٩٧٢ ، ص ١٧٦ •

(١٧) Hirabayashi G. and Elkhatib F. Communication and Political Awareness in the Villages of Egypt. P.O.Q. Vol. 22. No. 3. 1958, pp. 355-63.

المستمرة التي تقوم بها القوى المعادية وأن تتصدى لحرب الشائعات التي تشنها هذه القوى مستهدفة النيل من النظام السياسي . وهناك فرق كبير بين النقد البناء الذي يستهدف علاج الأخطاء وتصحيح المسار ، وبين محاولات الهدم التي لا تستهدف سوى اشاعة البلبلة والاضطراب السياسي .

٤ - كما يقع على عاتق وسائل الاتصال الجماهيرية اتاحة الفرصه لكافة الآراء الوطنية أن تعبر عن نفسها من خلال هذه الوسائل مساهمة منها في نقل صوت الجماهير ومشاكلها الى القيادة السياسية وبذلك تكتمل دائرة الاتصال من أعلى الى أسفل ومن أسفل الى أعلى Two-ways وهذا يتطلب الاهتمام بالموضوعات المحلية وايجاد المراسلين المحليين ، وتوفير فرص الكتابة الى المحرر (١٨) .

٥ - التعرف على أخطاء المسئولين ومواجهتهم بها وتقديم النصح اليهم لكي يكونوا نماذج طيبة تقتدى بها الجماهير . فان ثبت سوء النية في بعض التصرفات فينبغى أن تنتشر هذه التصرفات وأن ينشر ما يتخذ بشأن مرتكبيها من اجراءات لتدعيم الثقة في الجهاز السياسي وحمايته من أى انحراف .

٦ - تهيئة الجماهير للتغيرات التي ستحدث ، وتفسير هذه التغيرات ومساعدة الجماهير على فهمها ، والتكيف معها سواء كان ذلك على المستوى الداخلى أو الخارجى حتى لا تقاها الجماهير بهذه التغيرات وتمعز عن فهمها وبالتالي يتهيا المناخ للحوار الموضوعى بشأن السياسات الجديدة .

### ثالثا - المجال الادارى :

يقوم الجهاز الادارى بدور فعال في عملية التنمية في الدول النامية ومعنى ذلك أن الجهاز الادارى هو جهاز ادارة تنمية أكثر من أى شئ ،

(١٨) جيهان أحمد رشتى : نظم الاتصال ، الاعلام في الدول النامية ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٧٢ ، ص ١٨٤ .

آخر • ونظرا لطبيعة التخلف التى تسيطر على الأجهزة الادارية فى الدول النامية والتى تشكل تحديا كبيرا لعمليات التنمية الشاملة فانه يصبح من الضرورى التركيز على علاج مشكلات الادارة فى هذه الدول والتغلب على التحديات التى تشكلها ضمانا لنجاح خطة التنمية • ومن أجل ذلك طالبت ورقة أكتوبر « بالاسراع فى احداث تغييرات جذرية عميقة وشاملة فى نظام الادارة بهدف تخليص هذه النظم نهائيا من أوضاع متخلفة ، وتحقيق مستوى رفيع من الأداء يتفق مع الأمن والأمان والأهداف القومية المحددة » •

ورغم مضي أكثر من ثلاث سنوات على مناقشات رئيس الوزراء مع خبراء الادارة والتى استهدفت تنفيذ ما تضمنته ورقة أكتوبر خاصة بمواجهة مشكلات الادارة فى مصر فان الوضع الادارى مازال كما هو مما اضطر رئيس الجمهورية أن يعلن فى احدى خطبه عن بدء الثورة الادارية (١٩) •

والرأى عندى أن وسائل الاتصال الجماهيرية تستطيع أن تدفع الثورة الادارية دفعات سريعة وقوية من خلال :

١ — ابراز مظاهر التخلف فى القوانين واللوائح التى تعجز عن توفير المرونة والحرية لمواجهة الظروف المتطورة •

٢ — تشجيع الحلول الذاتية والمبادرات التى يأخذها بعض الاداريين للتغلب على المشكلات والاجراءات البطيئة التى تعرقل سير العمل • وينبغى أن تنتشر الآراء والأفعال التى تتعلق بذلك كحافز لاستثارة روح الابتكار والتصرف السليم بين الاداريين •

٣ — تشجيع اجراءات تطبيق اللامركزية فى الادارة وتدعيم الادارة الادارة المحلية والكشف عن الأساليب المعوقة للتخفيف من قيود الادارة المركزية •



٤ - كشف الإداريين الذين يعتمدون عرقلة الثورة الإدارية من خلال الإجراءات التي تتنافى مع أبسط قواعد المنطق وفضحهم أمام الرأي العام حتى يكونوا عبرة لمن تسول لهم أنفسهم التقصير في رعاية المصلحة العامة للجماهير .

٥ - تنشيط المناقشات الموضوعية الهادفة الى تطوير الجهاز الإداري ، والتغلب على الإجراءات الإدارية المعقدة وإعادة توزيع القوى العاملة بما يتفق وحسن سير العمل في الإدارات المختلفة .

#### رابعاً - المجال الاجتماعي :

إذا أخذنا بالتقسيم الذي أوردناه في المبحث الأول للمشكلات الاجتماعية التي تواجه مصر في المجالات التعليمية ، والصحية ، والسكانية ، وأخيراً مجال العادات والتقاليد السائدة فإننا نستطيع أن نحدد دور العلاقات العامة على المستوى المركزي من خلال وسائل الاتصال الجماهيري والهيئة العامة للاستعلامات وقوافل الثقافة الجماهيرية على النحو التالي :

١ - تستطيع وسائل الاتصال أن تعاون في إثارة الاهتمام بتعليم القراءة والكتابة وأن تحث المتعلمين على المشاركة في الجهود التي تبذل لمحو الأمية . فمن الثابت أن الاتصال المباشر هو العامل الحاسم في محو الأمية ، ولكن وسائل الاعلام يمكن أن تلعب دوراً مساعداً في خلق الحوافز للتعليم من ناحية (٢٠) ، وفي إثارة اهتمام المتعلمين لأداء هذا الواجب الوطني من ناحية أخرى .

٢ - تستطيع وسائل الاتصال أن تؤدي دوراً مسانداً للمعلم إذا ما خطط لبرامج محو الأمية بالاذاعة المرئية تخطيطاً جيداً بحيث تقدم لجمهور الأميين في وقت مناسب وبصورة جذابة مع ضمان تعرضهم لها من خلال أماكن المشاهدة العامة .

---

(٢٠) إبراهيم امام : المرجع السابق ص ٤٥ .

٣ - وعندما يتقن هؤلاء القراءة والكتابة يمكن لوسائل الاتصال أن تساعدونهم بتقديم الموضوعات السهلة الواضحة التي تمكنهم من اجتياز الفجوة بين قراءة الفصل وقراءة الصحف وكافة المطبوعات الأخرى (٢١) .

٤ - يمكن استخدام التليفزيون لتدريب المعلمين قبل توليهم العمل وأثناء قيامهم به . ومن خلاله أيضا يمكن مناقشة بعض المفاهيم التربوية وعلاقتها بخطة التنمية مما يجعل المعلم واعيا بدوره الرئيسي في رفع مستوى الجماهير (٢٢) .

٥ - تستطيع وسائل الاتصال أن تساهم مساهمة ايجابية في تغيير النظرة التقليدية للتعليم الجامعي باعتباره هدفا في حد ذاته يرتبط بمكانة الفرد في المجتمع . ورغم أن ذلك يتطلب تغييرا أساسيا في قوانين الوظائف بالدولة فإن وسائل الاتصال تستطيع أن تشجع هذا التغيير من ناحية وأن تحث الجماهير على توجيه أبنائهم الى التعليم الفني الذي تحتاج اليه خطة التنمية .

٦ - تستطيع وسائل الاتصال أن تلعب دورا أساسيا في تغيير العادات الصحية السيئة وتنمية الوعي الصحي ويمكن أن تعاونها في ذلك قوافل الثقافة الصحية والهيئة العامة للاستعلامات . كما ينبغي أن تساهم هذه الأجهزة في تنشيط الجهود الرسمية واستثارة الجهود الشعبية لمحاربة الأمراض المتوطنة التي يعاني منها الكثير من أهالي الريف كالبلهارسيا والانكلستوما والاسكارس بالإضافة الى المشكلات الصحية الناتجة عن التلوث الصناعي .

٧ - يقع على وسائل الاتصال الجماهيرية عبء تنبيه المواطنين باستمرار لمشكلة التزايد السكاني السريع وحثهم على تنظيم النسل من خلال البرامج التالية :

(٢١) شرام ، ويلبور : المرجع السابق ص ٢١٦ .

(٢٢) ابراهيم امام : المرجع السابق ص ٤٥٢ .

( أ ) برامج اصفاء الشرعية على الرسالة وعلى القائم بالاتصال من النواحي الدينية والطبية والاجتماعية .

( ب ) برامج تأثيرية تهدف الى اثاره الدوافع المؤيدة لتنظيم النسل ، وابرار النتائج السلبية لعدم التنظيم .

( ج ) برامج اعلامية تتناول فسيولوجية الانجاب ووسائل تنظيم النسل ، وطبيعة عملها وطرق استخدامها وأماكن تواجدها .

( د ) برامج مساعدة ، وهى لا تتعلق مباشرة بتنظيم الأسرة ولكنها تهدف الى كسب التأييد لهذه القضية من خلال المناقشات الوثيقة الصلة بها كرعاية الأطفال والسعادة الزوجية والمشكلات الاجتماعية الناتجة عن التضخم السكانى (٢٣) .

٨ - ينبغي ألا تملّ وسائل الاتصال الجماهيرية من الدعوة الملحة الى تخفيف الضغط البشرى عن مدينة القاهرة وتشجيع الحل الاقليمي للمشكلة السكانية من خلال اعادة توزيع السكان على محافظات الجمهورية والتنبية الى ضرورة خلق فرص العمل وتهيئة أسباب الحياة فى المناطق الصحراوية وخاصة فى شبه جزيرة سيناء والساحل الشمالى الغربى لمصر ، ومنخفض القطارة بالاضافة الى الصحراء الشرقية وساحل البحر الأحمر ، حيث امكانات التوسع الزراعى الأفقى والثروة السمكية والمعدنية والسياحية (٢٤) .

٩ - الدعوة الى ترشيد الأنماط السلوكية السائدة فى الأفراح والمآتم والأعياد الدينية والتأكيد على القيم الروحية التى تتضمنها للقضاء على العادات والتقاليد البالية التى ارتبطت بهذه المناسبات .

(٢٣) على عجوة : دور الاعلام فى تنظيم الاسرة بالريف المصرى ، رسالة دكتوراه غير منشورة بكلية الاداب جامعة القاهرة ، ١٩٧٤ ، ص ٢٢٥ .

(٢٤) دراسات سكانية : مرجع سابق ، العدد التاسع ، يونيه ١٩٧٤ ( عن مقال د. محمد صبحى عبد الحكيم ) ، ص ١٨ ، ١٩ .



١٠ - تشجيع المناقشات الرامية للتغلب على مشكلات الاسكان وفي مقدمتها عدد حجرات المنزل والاثاث العملى المتعدد الأغراض .  
وينبغى أن يظهر ذلك باستمرار وبشكل غير مباشر من خلال البرامج العادية التى تظهر فيها مشاهد منزلية وأيضا عن طريق البرامج المباشرة التى تستهدف تعريف المواطنين بقطع الاثاث المنزلى الجديدة والبسيطة والمتعددة الأغراض .

١١ - لابد أن تحرص أجهزة الاعلام على بث القيم الروحية والأخلاق الفاضلة بين المواطنين بدلا من موجة الانحلال المنتشرة فى الأفلام بصفة خاصة وكذلك فى بعض التمثيليات والمسلسلات الاذاعية .  
فالتنمية تعتمد بصفة أساسية على الانسان الصالح المؤمن بدينه بكل ما يتضمنه من قيم وفضائل .

١٢ - كما يجب أن تتبنى وسائل الاعلام الدعوة الى ترشيد البرامج التربوية والتعليمية فى المدارس والجامعات بما يتفق وتعاليم الدين الحنيف ملء الفراغ الدينى عند الشباب وعدم ترك الفرصة للجماعات المنحرفة للسيطرة على عقولهم وتضليلهم وتسميم أفكارهم .

### أهمية بحوث الاعلام فى التنمية الوطنية :

لا شك أن الفرق الجوهرى بين ممارسة العلاقات العامة فى عصور ما قبل النهضة وممارستها الآن انما يعود الى استخدام الأسلوب العلمى فى هذا العصر . فبعد أن كان الحدس أو التخمين هو الوسيلة الوحيدة التى تستخدمها العلاقات العامة فى الأزمنة القديمة للتعرف على الآراء والاتجاهات السائدة بين الأفراد والجماعات ، أصبحت هناك طرق علمية لقياس هذه الآراء وتلك الاتجاهات ، ومعرفة الدوافع التى تشكلها أو التى تؤدى الى احداث تغيير فيها . وقد أصبح الاتصال المزدوج بين القادة وال جماهير من أهم مميزات العلاقات العامة الحديثة التى تقوم على تحقيق التكيف والانسجام بين منظمة ما والأفراد الذين

يتعاملون مع هذه المنظمة أو الذين يتأثرون بنشاطاتها • ولم يعد يكفي أن توجه آلاف الرسائل الى الجمهور لكي نقول أن الاتصال قد تم ، فقد يحدث النشر ولا يتعرض له الجمهور المستهدف ، ومعنى هذا أن الاتصال لم يتحقق • كما قد يحدث التعرض ولكن ادراك الجمهور للرسالة قد يختلف عما قصد اليه المرسل • ومن الممكن أيضا أن تكون الرسالة بعيدة الى حد كبير عن الاتجاهات السائدة ، أو انها قد تتضمن رموزا غريبة عن الاطار المرجعي لأفراد الجمهور ، ومعنى ذلك أن التأثير الذي ستحققه الرسالة لن يكون في صالحها •

وإذا كان التعرف على الآراء والاتجاهات السائدة بين جمهور احدى المنظمات وكذلك رجع الصدى Feedback الذى يحدث نتيجة للرسائل التى توجه من هذه المنظمة الى جماهيرها يمثل عاملا هاما وأساسيا فى تحقيق التقايم بين المنظمة وجماهيرها ، فانه يعتبر أكثر ضرورة وأهمية للجهات التى تقوم بممارسة وظيفة العلاقات العامة على المستوى المركزى للدولة للأسباب التالية (٢٥) :

١ - أن الدولة التى تأخذ على عاتقها عملية دقيقة كالتغيير الاجتماعى ينبغى أن تعمل فى وضوح الحقائق • ومعنى هذا انه لابد من التعرف على الآراء والاتجاهات لكي يكون التخطيط الاعلامى قائما على ركائز علمية محددة •

٢ - أن الدولة النامية لا تملك أن تضيق مواردها على حملات فاشلة أو ذات أثر ضعيف ، فالامكانيات المتاحة لمعظم الدول النامية محدودة ، وهذا يختم عليها أن تستفيد من هذه الامكانيات الى أقصى مدى ممكن وأن توجه الاعتمادات المخصصة للحملات الاعلامية - وهى غالبا قليلة - الى أوجه الصرف التى تحقق الأهداف المرجوة •

٣ - تباين فئات الجماهير فى الدول النامية ، فضلا عن تباين

المستوى بين القائم بالاتصال وال جماهير المستهدفة من الحملة الاعلامية •  
وهذا يتطلب التعرف باستمرار على ردود الأفعال المختلفة لموضوعات  
الحملة ، وقياس الأثر الذى حققته أو الذى لم تنجح فى تحقيقه ،  
وأسباب ذلك لادخال التعديلات المناسبة على الحملة الاعلامية لى  
تحقق أهدافها •

٤ - الجماهير فى الدول النامية تتغير تغيرا سريعا • وهى تتطلب  
قدرا كبيرا من الاعلام أثناء فترة التغيير • وهذا الاعلام لابد أن يدعم  
التغيير الذى يخدم التنمية وأن يتوافق معها كما أنه من الضرورى أن  
يعمل على اضعاف الدوافع المعوقة للتنمية • وهذا كله لابد أن يتم وفقا  
لمراحل زمنية محددة تتلاءم مع مدى التقدم الذى تحققه الدولة النامية •

والخلاصة أن البحوث لم تعد أمرا أكاديميا ، وانما أصبحت  
مسألة ذات أهمية عملية لا حد لها • فمن خلالها نتعرف على كيفية  
حدوث التجديد فى ثقافة معينة ، وأساليب التأثير فى الجماهير المختلفة  
طبقا لخصائص كل منها ، وكذلك تأثير وسائل الاتصال المختلفة تبعا  
لفئات الجمهور المستهدفة وعادات الاتصال السائدة بينها •



### المبحث الثالث

#### دور العلاقات العامة على المستوى اللامركزي

في عام ١٩٥٢ حث الرئيس الأمريكي دوايت ايزنهاور ، رجال الأعمال على المشاركة في الأنشطة السياسية ، بعد أن تطورت الصناعة بشكل هائل وأصبح لها تأثير كبير على المجتمع الأمريكي . وبعد ذلك بعامين أنشئ مجمع الشئون العامة Public Affairs Council كمنظمة رسمية مهمتها تدريب مديري الأعمال على برامج الشئون العامة . وقد نشطت هذه الحركة وانضم اليها عدد كبير من الشركات الأمريكية . ويقدر عدد الشركات التي تهتم ببرامج الشئون العامة في الولايات المتحدة الآن بأكثر من خمسمائة شركة . وحتى الآن لا يوجد تحديد دقيق لمفهوم الشئون العامة ، وإن كان من الواضح أنه ينصب على المسؤوليات الاجتماعية لأي منظمة ازاء الجمهور العام والمشكلات العامة في المجتمع . وتتضمن برامج الشئون العامة خمسة أنشطة هي من صميم عمل العلاقات العامة وهي :

العلاقات بالحكومة ، وتشجيع الأنشطة السياسية للمستخدمين ، والتربية السياسية والاقتصادية ، وخدمة المجتمع ، وحل مشكلات البيئة (١) .

كما تنبه الى هذه المسؤوليات في وقت مبكر أستاذ العلوم السياسية الأمريكي هارود تشايلدز Harwood L. Childs حينما كتب في عام ١٩٤٠ يقول أن مسؤولية العلاقات العامة أن تحدد للإدارة الأعمال والسياسات التي تؤثر على المجتمع . وعليها أن تستبعد من هذه الأعمال والسياسات ما يتعارض مع مصلحة الجمهور أو تعديلها بما يحقق التوافق بين مصلحة الفرد أو المنظمة - ومصلحة الجماهير .

ولكى يتحقق ذلك على الوجه الأكمل فلا بد أن يفهم رجال العلاقات العامة المبادئ الأساسية للعوامل الاجتماعية والسياسية والثقافية والاقتصادية التي تحرك المجتمع في الوقت المعاصر . وأكد أنه لا يعنى بالمجتمع ذلك الجزء الذى يضم المساهمين والمستخدمين والمستهلكين فقط ، رغم أن هذه الجماهير تمثل جزءا هاما من المجتمع ، لأن أنشطة الفرد أو المنظمة تتعدى حدود هذا المجتمع الضيق الى المجتمع الكبير . وهذا يحتم أن يكون لسلوك الفرد أو المنظمة مغزى اجتماعيا (٢) .

فإذا كانت هذه بعض مسئوليات العلاقات العامة في أكثر المجتمعات ثراء وتقدما ، فلا شك أنها أكثر ضرورة وأهمية للمجتمعات النامية التي تعاني من نقص في الموارد والامكانيات لا يتيح للجهاز الحاكم أن يتحمل وحده عبء التربية السياسية والاقتصادية والاجتماعية بالإضافة الى حل المشكلات الأساسية التي تعاني منها المجتمعات المحلية .

وإذا كانت العلاقات العامة في الهيئات والمؤسسات والشركات والوزارات المختلفة تهتم بتهيئة أفضل الظروف التي تساعد على زيادة الانتاج وكسب ثقة العاملين والمجتمع الخارجى من خلال البرامج التي تحقق الفهم المتبادل بين الإدارة والجماهير وبرامج رفع الروح المعنوية بالنسبة للعاملين ، فإن هذه الوظيفة رغم أهميتها ورغم كونها حجر الزاوية في نشاطات العلاقات العامة فهي لا تعبر عما هو مأمول من جانب إدارات العلاقات العامة في هذه الجهات أسهاما منها في خطة التنمية .

ففي الدول النامية يجب أن تكون عمليات التغيير المستمر والذي يهدف الى انجاح الخطة هي الشغل الشاغل لجميع الأفراد والمؤسسات أيا كانت طبيعة أعمالها .

Simon, Raymond : Perspectives in Public Relations. (٢)

University of Oklahoma Press. Norman Oklahoma 1966. p. 54.

ومن هنا يتحتم أن تفكر كل هيئة أو مؤسسة أو شركة أو وزارة فيما يجب أن تقدمه خارج اطار الوظيفة التقليدية المناطة بها لكي تحرك ولو بقدر يسير الأوضاع المتخلفة وتساهم في الانتقال الى أوضاع عصرية تتحقق في ظلها التنمية •

ومن الملاحظ أن أجهزة العلاقات العامة في مصر تركز نشاطاتها في استقبال الوفود وتنظيم الزيارات وهو ما يتعلق بالجمهور الخارجى • كما تعطى أهمية كبيرة لأعمال التسهيلات كاستخراج جوازات السفر والتأشيرات والحجز ومجموعة الأعمال الخدمية الأخرى •

فقد أثبت البحث الميدانى الذى أجرى خلال العام الجامعى ١٩٧٣ - ١٩٧٤ أن هذه الأجهزة تعطى أعلى درجة أهمية ٨٠٫٧ ٪ لاستقبال الوفود وتنظيم الزيارات ، ويتلوها في الأهمية ( ٥٤٫٥ ٪ ) لأعمال التسهيلات (٣) •

حقيقة أن هذه الأجهزة لا تهمل اعداد الندوات وتنظيم المؤتمرات التى تحصل على أهمية نسبية مقدارها ٤٢ ٪ وكذلك اصدار المجلات والنشرات الداخلية والكتيبات ٤٦٫٦ ٪ والمحاضرات ٣٢٫٩ ٪ (٤) ، الا أنه ينبغى تكثيف هذه الأنشطة وتوجيهها لخدمة أهداف التنمية ، وازضافة أنشطة جديدة تساعد على دفع خطة التنمية • وسوف أقترح فى الصفحات التالية بعض هذه الأنشطة وان كان المهم أنؤكد على المبادرة الذاتية لكل مؤسسة أو شركة أو هيئة أو وزارة فى ضوء طبيعة العمل الذى تمارسه والخدمة التى تقدمها ، وكذلك الجماهير التى تتعامل معها والامكانيات المتاحة لها •

---

(٣) سمير محمد حسين : ادارة العلاقات العامة فى مصر ، دراسة ميدانية ، القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٧٥ ، ص ٩٤ .  
(٤) المرجع السابق : ٩٣ •



## أولا - المجال الاقتصادي :

١ - انتهى مديرو الشركات الأوروبية خلال تطبيق مشروع مارشال الى أن تقدم الدول اقتصاديا لا يرجع بالدرجة الأولى الى التقدم التكنولوجى بقدر ما يرجع الى شعور العامل بالأمن والتقدير والاحترام والانتماء الى المنشأة التى يعمل فيها . لذلك لم يكن غريبا أن تتجه عناية المنشآت الاقتصادية الحديثة الى الاهتمام بأسر العاملين وتوفير الرعاية الصحية والاجتماعية لهم ، بالإضافة الى تثقيف العاملين والترفيه عنهم والارتفاع بمستواهم العلمى بوجه عام . وهذا ما ينبغى أن تحرص أجهزة العلاقات العامة فى مختلف المنشآت فى مصر على أدائه ، للمساهمة فى رفع الكفاءة الانتاجية للعاملين وتنمية مهاراتهم وتوسيع دائرة معلوماتهم<sup>(٥)</sup> .

٢ - ترشيد الانفاق الحكومى فى مختلف المجالات ، وبث القيم والمعايير التى تدعم هذه السياسة . وذلك يتطلب تقديم القدوة من جانب القيادات والرئاسات المختلفة فى الحرص على المال العام وتوجيهه فيما ينفع المجتمع بدلا من المظاهر والمزايا الخاصة التى لا يستفيد منها الا أفراد قلائل .

٣ - تستطيع ادارات العلاقات العامة أن تساهم فى تنمية الوعى الادخارى لدى العاملين وأن تيسر لهم سبل الممارسة العملية للسلوك الادخارى من خلال أجهزة الادخار العامة أو من خلال المشروعات الاقتصادية الخاصة التى تشرف عليها المنظمة وتعود بالنفع على المساهمين فيها .

٤ - ويمكن للمشتغلين بالعلاقات العامة فى أى منظمة من المنظمات أن يوجهوا العاملين الى السلوك الانفاقى الضار كالاقبال على

---

(٥) ابراهيم امام : العلاقات العامة والمجتمع ، الطبعة الثانية ، القاهرة

التدخين أو المشروبات الكحولية أو المخدرات أو غير ذلك مما يستنزف أموالاً طائلة يمكن أن تستثمر في مشروعات مفيدة للأفراد والمجتمع على السواء .

٥ — تنمية الوعي التأميني وزيادة رغبة الأفراد في الاقبال على التأمين باعتباره أحد موارد التمويل اللازمة لعملية التنمية . ولا ينبغي أن تقتصر جهود شركات التأمين على العملية الاعلانية فقط في الترويج للخدمات التأمينية ، فقد ثبت أن عملية ترغيب الجمهور في الشراء أو الاقبال على إحدى الخدمات تتطلب ما هو أكثر من الاعلان أو جهود البائعين في الترغيب والاستمالة ، حيث أن أذواق الناس ورغباتهم تنميها المؤثرات غير المباشرة . وفي هذا المجال تستطيع أنشطة العلاقات العامة أن تقدم الكثير لاثارة هذه الرغبات . ومن أبرز هذه الأنشطة برامج توطيد السمعة وكسب الاصداقاء والمساهمة في أنشطة المجتمع المحلي (٦) .

٦ — تستطيع العلاقات العامة أن تلعب دوراً هاماً في توجيه العاملين الى اتباع اجراءات الأمن الصناعي ووقاية المنشأة من أى أخطار وحثهم على بذل كل الجهود لتقليل نسبة الفاقد والمعطل من أدوات الانتاج وتشجيع روح الابتكار ، والاشادة بالعاملين المثابرين الذين يقدمون أجل الخدمات للاقتصاد الوطنى .

٧ — ينبغي أن تنظم ادارات العلاقات العامة الندوات والمحاضرات التى تتناول حقيقة الوضع الاقتصادى فى الدولة ، والسياسات التى تتخذ فى هذا السبيل فان ذلك يساعد على تبصير العاملين بالتحديات التى تواجه التنمية ويؤهلهم للقيام بأعباء المشاركة والمبادرة الذاتية لعلاج هذه المشكلات .

## ثانياً — المجال السياسى :

١ — من الوظائف الحديثة للعلاقات العامة التربية السياسية والتثقيف السياسى للعاملين فى أى منشأة من المنشآت • وهى احدى الوظائف التى تتضمنها برامج الشئون العامة فى الشركات الأمريكية • فقد ثبت أن الأفراد لا يعيشون بمعزل عن ما يحدث داخل مجتمعهم من تطورات سياسية مهما كان رضاؤهم وتقبلهم لظروف العمل التى توفر لهم الأمن والاستقرار من الناحية المادية • فمن الضرورى أن يتوفر للعاملين بالاضافة الى الأمن المادى الاقتناع الكامل بما يتخذ على مستوى الدولة من سياسات والشعور بالمقدرة على المشاركة فى صنع هذه السياسات وابداء الرأى فيها بأى شكل من الأشكال • وهذا يقتضى أن تقوم ادارة العلاقات العامة بتهيئة فرص التعبير الحر لكل الآراء فى صحف المؤسسة ومطبوعاتها ، ومن خلال الندوات والمؤتمرات التى تعقد بها لمناقشة أى موقف من المواقف السياسية مع الاستعانة بالخبراء والمتخصصين فى هذا المجال لتوضيح أبعاد الموقف واضفاء الصبغة الموضوعية على المناقشات •

٢ — تشجيع العاملين على المشاركة فى العمل السياسى القومى من خلال التنظيمات السياسية القائمة • فذلك يساعد على ايجاد قنوات اتصال طبيعية بين الأجهزة التى تضع سياسات الدولة والتجمعات العمالية ، الأمر الذى يمكن ان يساهم بشكل فعال فى تنمية الوعي السياسى وتبصير العاملين بالمشكلات الأساسية التى تواجه مجتمعهم •

٣ — مواجهة الشائعات الضارة وحملات الهمس وغيرها من صور الحرب النفسية التى تستهدف تهديد الاستقرار السياسى فى الدولة أو اضعاف الروح المعنوية بين المواطنين للنيل من صلابة الارادة الوطنية وقدرتها على الصمود •

## ثالثاً — المجال الادارى :

١ — تستطيع ادارة العلاقات العامة بأى منظمة من المنظمات أن

( م ٤ — العلاقات العامة وقضايا التنمية )



نتعرف على سافة الظروف المعوقة لأداء الخدمات بسهولة ويسر ، وان توجهه نظر الإدارة الى ضرورة دراسة هذه الظروف وتخاض القرارات الخفيفة بتبسيط الاجراءات والارتقاء بمستوى أداء الخدمة . وهذه هي إحدى الوظائف الأساسية للعلاقات العامة بغض النظر عن الظروف الخاصة المرتبطة بالتنمية . فقد عرف جريزويلد Griswold العلاقات العامة على صفحات دوريته Public Relations News بأنها « الوظيفة التي تقوم بها الإدارة لتقويم الاتجاهات ، وتحديد سياسات الفرد أو المنظمة بما يتفق مع مصلحة الجمهور ، وتنفيذ برنامج بهدف الى كسب رضا هذا الجمهور وتفاهمه » (٧) .

٢ — ومن المفيد أن تقوم العلاقات العامة بتشجيع الحلول الذاتية والمبادرات التي يأخذها بعض الإداريين للتغلب على المشكلات والاجراءات البطيئة التي تعرقل سير العمل . وينبغي أن تنشر هذه المبادرات في صحيفة المنظمة لاستثارة روح الابتكار والتصرف السليم بين الإداريين .

٣ — عقد المؤتمرات والندوات لمناقشة أساليب تطوير الخدمة وتخليص الجهاز الإداري من كافة سلبياته . ومن الضروري أن يدعى بعض الخبراء والمهتمين الى هذه المؤتمرات أو تلك الندوات لاثراء المناقشات من ناحية وضمان التزام الإدارة أدبيا على الأقل بتبني التوصيات التي تنتهي اليها المناقشات .

٤ — تنظيم المسابقات التي تستهدف تطوير العمل الإداري ووضع نظام للحوافز يتفق مع ظروف كل منظمة بهدف خلق نوع من المنافسة بين الإدارات المختلفة في مجال انجاز الأعمال المطلوبة وتحقيق الأهداف بأقل جهد وبأقل تكلفة وفي أقصر وقت ممكن .

٥ — مساعدة الإدارة في تحديد الأهداف البرامية الى زيادة

التفاهم والوفاق بين المنظمة وجماهيرها ، وقبول هذه الجماهير لمنتجات المنظمة وخططها وسياستها والأفراد بها (٨) . وهذا يعنى أن تبذل إدارة العلاقات العامة أقصى جهودها في كسب ثقة الجماهير ليس فقط من خلال انشطتها هي ولكن لابد أن تنعكس لمسات العلاقات العامة على جميع الإدارات الفرعية التي تتصل بالجمهور اتصالا مباشرا وأن تأتى سياسات المنظمة متمشية مع مصالح الجماهير .

٦ - من الضروري أن تتبنى إدارة العلاقات العامة بأى منظمة بالتنسيق مع إدارة التدريب البرامج التدريبية الرامية الى رفع الكفاءة الادراية لجميع المستويات وتنمية استعداد رجال الإدارة في مجال التعامل الانسانى مع المرعوسين وجماهير المنظمة حتى تكون برامج العلاقات العامة بعد ذلك تعبيرا صادقا عن واقع فعلى يلმسه العاملون في الداخل والجماهير المستهدفة في الخارج .

#### رابعا - المجال الاجتماعي :

١ - ينبغي أن تقود العلاقات العامة في كل منظمة حملة قوية ضد الأمية بالاعتماد على المتطوعين من العاملين فيها وتهيئة الظروف اللازمة لتعليم الأميين القراءة والكتابة ، والحيولة دون ارتدادهم عنها بامدادهم بالمطبوعات السهلة وتنظيم المسابقات الثقافية التي تكفل تنمية مداركهم وتوسيع آفاقهم .

٢ - ومن الضروري أن تتبنى إدارة العلاقات العامة بالاشتراك مع الجهاز الصحى في أى منظمة برامج الرعاية الصحية للعاملين ، وتنمية الوعي الصحى بينهم من خلال الندوات والمحاضرات التي تستهدف توضيح الآثار الضارة المترتبة على بعض العادات السيئة ، وإيجاد الوعي الغذائى . كما يمكن للعلاقات العامة أن تستثير كافة الجهود وأن تساهم هي بدورها في نظافة البيئة والقضاء على مصادر الأمراض .

Robison, Edward J. Communication and Public Relations. (٨)

Charles E. Merrill Books Inc., Columbus, Ohio, 1966. p. 39.

٣ - تستطيع ادارة العلاقات العامة في أى منظمة أن تشارك في البرنامج القومى لتنظيم الأسرة من خلال الندوات والمحاضرات التى تستهدف اقناع العاملين بممارسة هذا السلوك ، ومن ثم تبرز أهمية دور المؤسسات والشركات والهيئات والوزارات المختلفة في انجاح البرنامج القومى لتنظيم الأسرة (٩) .

٤ - تقع على ادارة العلاقات العامة في أى منظمة مسئولية بث القيم الروحية والأخلاق الفاضلة بين العاملين من خلال الندوات والمحاضرات الدينية ، فان ذلك يساعد على التصدى لموجات الانحلال والفساد التى تهب بين الحين والحين على مجتمعنا . كما أن التدين في حد ذاته يعتبر أحد دوافع العمل ، فقد اعتبر الكثير من الأديان العمل جزءاً لا يتجزأ عن العبادة ، بل وفضل العمل على العبادة في بعض الأحوال . وقد قرن القرآن الكريم العمل بالايمان في ثلاثمائة آية من آياته البينات ، وذلك يؤكد قيمة العمل عند الله سبحانه وتعالى (١٠) .

٥ - يجب على ادارة العلاقات العامة في أى منظمة الاهتمام بالبرامج الترفيهية وتوجيه العاملين الى أفضل الطرق لشغل أوقات الفراغ فيما يعود عليهم وعلى المجتمع بالفائدة ويجنبهم الآثار الضارة الناتجة عن عدم شغل هذه الأوقات بما يفيد . فمن الممكن تهيئة الظروف لممارسة الأنشطة الرياضية والرحلات وتنمية الهوايات المختلفة وتشجيع الأنشطة الثقافية ، وتحقيق الرعاية الاجتماعية .

٦ - ويتصل بذلك ما يمكن أن نسميه بالجماعات النوعية ، أى الجماعات التى تخدم أهدافاً محددة ، فجماعة لمحاربة التدخين ، وأخرى للنظافة ، وثالثة لمحو الأمية ، ورابعة تكون مهمتها مراقبة دورات المياه

---

(٩) على مجوة : دور الاعلام في تنظيم الاسرة بالريف المصرى ، مرجع سابق ، ص ٥١ .  
(١٠) المجلة العربية للإدارة : عدد اكتوبر ١٩٧٧ ، مقال د. محمود عساف ، ص ٧ .



واصلاح مصادر تسرب المياه التي تمثل نسبة كبيرة مما يستهلك وتكون سببا في حرمان سكان الأدوار العليا مما يحتاجون اليه من ماء للشرب أو النظافة • وهكذا تتعدد الجماعات وتختلف تبعا للحاجات الأساسية التي تفرضها ظروف العاملين بالمنظمة أو ظروف البيئة التي تعمل بها تلك المنظمة •

**المشكلات التي تواجه ادارات العلاقات العامة على المستوى اللامركزي:**

ينبغي أن نشير بوضوح الى التحديات التي تواجه المشتغلين بالعلاقات العامة في المؤسسات والشركات والهيئات والوزارات المختلفة والتي تجعل قدرة رجال العلاقات العامة على القيام بدورهم في استشارة التغييرات الضرورية للتنمية وتدعيمها محدودة في بعض المجالات ، ويجب أن ننبه في نفس الوقت الى وسائل التغلب على هذه التحديات في المدى القريب أو البعيد •

١ — تتمثل المشكلة الأولى التي تواجه العلاقات العامة في عدم وضوح مفهوم هذه المهنة لدى الادارة العليا أساسا ولدى بعض المشتغلين بها بعد ذلك • ويترتب على هذا ما سبق أن أشرت اليه في مقدمة هذا البحث من تركيز نشاطات العلاقات العامة في استقبال الوفود وتنظيم الزيارات بالإضافة الى أعمال التسهيلات المختلفة داخل المنشأة • وهذا الوضع يتطلب نشر المفهوم العلمي السليم للعلاقات العامة كعلم اجتماعي وسلوكي وتطبيقاته يتضمن :

( أ ) قياس وتفسير وتقويم اتجاهات الجماهير المختلفة التي لها صلة بالمنظمة •

( ب ) مساعدة الادارة في تحديد الأهداف الرامية الى زيادة التفاهم والوفاق بين المنظمة — وجماهيرها ، وقبول هذه الجماهير لمنتجات المنظمة وخططها وسياساتها والأفراد العاملين بها •

( ج ) تحقيق التوازن بين أهداف المنظمة وأهداف ومصالح واحتياجات الجماهير المختلفة والأفراد العاملين بها •

( د ) تخطيط وتنفيذ وتقويم البرامج الرامية لكسب رضا الجماهير وتفاهمها (١١) . هذا بالإضافة الى التأكيد على الدور الاجتماعى الذى أوضحت هاروود تشايلدرز فى ١٩٤٠ والذى سبقت الإشارة إليه فى مقدمة هذا البحث ، والذى أكدته بعد ذلك ساليغان الأستاذ بمعهد الاتصالات العامة الأمريكى ببوسطن فى تعريفه للعلاقات العامة بأنها وظيفة الإدارة التى تقيس وتقوم وتتنبأ بالآراء والاتجاهات ، ورد الفعل المتوقع من جمهور المؤسسة والجمهور الخارجى ، وهى التى تتحكم فى عملية الاتصال بين المؤسسة وجماهيرها تحقيقاً للمنفعة المتبادلة لهما والمجتمع (١٢) .

ولكى تتحقق الممارسة العلمية للعلاقات العامة فى مصر ينبغى أن يحدث الآتى :

( أ ) التوسع فى الدراسات التدريبية التى تنظم للمشتغلين بالمهنة فى مختلف القطاعات .

( ب ) تزويد إدارات العلاقات العامة فى جميع المنشآت بالخريجين المؤهلين علمياً فى هذا المجال .

( ج ) التأكيد على أهمية العلاقات العامة ووظائفها الحديثة فى الدراسات التدريبية التى تنظم لرجال الإدارة العليا .

٢ — ثم تأتى بعد ذلك مشكلة الامكانيات والموارد المتاحة لإدارات العلاقات العامة فقد اتضح من البحث الميدانى الذى أجرى فى العام الجامعى ١٩٧٣ — ١٩٧٤ النقص النسبى فى متوسط الانفاق على نشاط العلاقات العامة فى المنشآت المصرية ، واتجاه مخصصات العلاقات العامة الى التناقص عاماً بعد آخر رغم زيادة أسعار النشر والعرض والإذاعة فى الرسائل المختلفة ، وارتفاع تكلفة المواد الخام ، وأجور الفنيين (١٣) .

Robinson. Edward J op. cit p. 39

(١١)

Canfield. B. Public Relations. Principles. Cases and Problems. Fifth Edition Homewood 111. Richard D. Irwin Inc. Illinois 1968. p ٥

(١٢)

(١٣) سمير محمد حسين : المرجع السابق . ص ١٠٨ .

فلا بد أن يعاد النظر في مخصصات العلاقات العامة في مختلف المنشآت المصرية حتى تتمكن من الوفاء بمتطلباتها ووظائفها في خدمة التنمية . كما أنه ينبغي أن يعاد النظر في توجيه وتوزيع المخصصات المتاحة حاليا لكي يكون لها اقترحنه من نشاطات نصيب في ميزانية العلاقات العامة .

٣ - سوء الأوضاع المالية للمشتغلين بالعلاقات العامة وبصفة خاصة في المؤسسات والهيئات الحكومية شأنهم في ذلك شأن زملائهم في الإدارات الأخرى . ويترتب على هذه الأوضاع وخاصة حين يجد هؤلاء المشتغلون تباينا بين مستواهم المعيشي ومستوى زملاء لهم يعملون في شركات الاستثمار أو في الدول العربية البترولية أو في الأعمال الحرة أو في بعض الوظائف الأخرى المتميزة - أقول يترتب على ذلك نوع من الاحباط وضعف الرغبة في الابتكار أو حتى الاستعداد لبذل أى جهد خارج نطاق ما يطلب اليهم من رئاساتهم . وقد لمس الباحث من مناقشاته مع مسئولى العلاقات العامة في إحدى التجمعات التدريبية الحكومية في سلسلة لقاءات متتالية حول دور العلاقات العامة في تنمية المجتمع المصرى أن الدراسين في الدورة يفكرون كثيرا في سلبيات الإدارة والأجهزة التنفيذية السياسية ويؤكدون أنه لا يمكن تحقيق التنمية دون القضاء على هذه السلبيات وتحقيق المساواة العادلة في التضحيات .

وهذا يجعلنا نقول أنه مع غياب القدوة على أى مستوى من المستويات يفقد العاملون الحافز على العمل حتى ولو كانوا هم المسئولين أساسا عن استئارة همم الآخرين وتشجيعهم ورفع الروح المعنوية بينهم . وهذه مشكلة خطيرة يجب أن تشغل بال كل مسئول في أى موقع من المواقع بحيث يصبح قدوة لجميع رؤسياه في شتى أعماله وتصرفاته .



## خاتمة

بالإضافة إلى ما اقترحته في ثنايا هذا البحث علاجا لكل مشكلة من مشكلات التنمية فأننى أستطيع أن أضيف بعض التوصيات العامة التى أرى أنها يمكن أن تساعد على قيام العلاقات العامة بدور فعال فى تنمية المجتمع المصرى •

١ — ينبغى أن تكون هناك خطة واضحة محددة المعالم لتوجيه سياسة الاعلام بما يحقق أهداف التنمية بمجالاتها المتعددة ، وأن يكون مسئولا عن وضع هذه الخطة ومراقبة تنفيذها مجلس قومى للاعلام يضم عددا من الخبراء المتخصصين فى الاعلام والتنمية بالإضافة الى عدد مساو لهم من ممثلى الأمة فى مجلس الشعب •

٢ — أن تكون هناك جوائز تقديرية وتشجيعية خاصة بالمجال الاعلامى وعلى غرار جوائز الدولة للانتاج الفكرى وتشجيع العلوم والعلوم الاجتماعية والفنون والآدب بهدف اثارة روح التنافس والابتكار فى تقديم المواد الاعلامية الهادفة والابتعاد عن المواد الرخيصة التى تساعد على انتشار موجات الانحلال واليأس بين الشباب •

٣ — أن تقوم كل وسيلة جماهيرية من خلال جهاز البحوث بها أو عن طريق تكليف جهة علمية محايدة بإجراء بحث ميدانى سنوى للتعرف على اتجاهات الجماهير وآرائها نحو البرامج والموضوعات التى تقدم من خلالها ، والمشكلات التى تواجه نجاح عملية الاتصال والاثـر الفعلى لبعض الرسائل التى قدمت من خلال هذه الوسيلة ، على أن تعرض نتائج هذه البحوث على المجلس القومى للاعلام للاسترشاد بها فى التخطيط للسياسة الاعلامية •

٤ — ضرورة مشاركة التنظيمات السياسية القائمة فى كافة جهود التوعية المبذولة لتغيير العادات والأنماط السلوكية التى تقف عقبة فى

سبيل التطور مع تقديم القدوة في الممارسة العملية لكل العادات والأنماط السلوكية الجديدة وقيادة المشروعات المختلفة لخدمة البيئة .

٥ - دعم جمعية العلاقات العامة العربية لكي تصبح تنظيماً نقابياً فعالاً يضع قواعد ممارسة المهنة ، ويقوم بتنظيم الدراسات التدريبية للعاملين ، وتشجيع الجهود البحثية الرامية الى ارساء وتطوير الأسس العلمية للمهنة وتطبيقاتها في المجالات المختلفة .

٦ - تشجيع قيام الجمعيات النوعية على المستوى المركزى للدولة كجمعية بلدى وجمعية السرطان المصرية والجمعيات الأهلية لتنظيم الأسرة وغيرها من الجمعيات التى تستهدف المساهمة فى حل المشكلات التى تواجه المجتمع المصرى .

٧ - دعم الهيئة العامة للاستعلامات بالكوادر المؤهلة تأهيلاً علمياً متقدماً فى دراسات الرأى العام والاتصال الجماهير ، وقزويدها بالأجهزة الفنية الحديثة ، وتحريرها من قيود الروتين الحكومى . كما أنه من الضرورى أن توفر لها الصلاحيات الكاملة التى تمكنها من أداء دورها فى الداخل والخارج بشكل فعال .

٨ - تشجيع قيام الاذاعات المحلية والصحف الاقليمية ، فمن الثابت أن وسائل الاتصال المحلية لها أهمية كبيرة فى التنمية الاقتصادية والاجتماعية لأنها أكثر قرباً من الاحتياجات المحلية والمشكلات الاقليمية . كما ان النماذج التى تقدم من خلالها أقدر على دفع الجماهير الى المشاركة فى عملية التنمية .

٩ - تشكيل لجنة للتنسيق الاعلامى فى كل محافظة لتنسيق الأنشطة الاعلامية التى تستهدف نشر الوعى التتموى من جانب مراكز الاعلام الداخلى . وقصور الثقافة ، ومراكز تنظيم الأسرة ، والارشاد الزراعى ، والثقافة الصحية ، والتنظيمات السياسية والشبابية

والنسائية ، وغيرها من المنظمات التى تعمل فى إطار التنمية والتوعية .

١٠ - تشجيع الجهود الرامية الى رفع مستوى القرية المصرية وتطوير نمط الحياة بها عن طريق تنمية الصناعات البيئية ، وزيادة الاهتمام ببرامج التوعية الريفية التى توجه من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية ، بالإضافة الى التوسع فى نظام نوادى الاستماع والمشاركة الجماعية .

١١ - النظر الى المشكلات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والادارية فى مصر نظرة قومية شاملة بحيث تتكاتف جهود جميع الأجهزة المعنية بالدولة بما يحقق التعاون والتنسيق والتكامل ويبيدها عن التفكيت والفردية . وتستطيع وسائل الاتصال الجماهيرية أن تنمى هذه النظرة من خلال التحقيقات الصحفية والندوات الاذاعية والتلفزيونية التى يشارك فيها الخبراء والمختصون فى هذه المجالات .

١٢ - الاهتمام بالتربية التنموية فى المدارس والجامعات وبين العمال والفلاحين والجنود . وهو دور تستطيع أن تشارك فيه الأجهزة التعليمية ، والثقافة الجماهيرية ، ومراكز الاستعلامات ، وقوافل الثقافة الصحية ، ومراكز تنظيم الأسرة بالإضافة الى وسائل الاتصال الجماهيرية ، والتنظيمات السياسية والشبابية والنسائية .

١٣ - تطويع الفنون الشعبية للمساهمة فى تغيير سلوك الأفراد نحو الأهداف العامة للتنمية ، وتشكيل الأنماط السلوكية المؤيدة لهذه الأهداف .

١٤ - رفع مستوى الأفلام التى تخدم أهداف التنمية الاجتماعية وتعالج مشاكلها المختلفة ، والتوسع فى إنتاجها عن طريق هيئة السينما والتلفزيون والهيئة العامة للاستعلامات والثقافة الجماهيرية وغيرها من الأجهزة المعنية .



١٥ — الاهتمام بالدراسات والبحوث الميدانية التي تتصل بمجالات التنمية المختلفة والاستفادة من البحوث التي تجريها الجامعات ومراكز البحث العلمي المتخصصة بهدف استثمار الخبرات المتاحة لهذه الجهات والعمل على تحقيق التنسيق والتكامل بين الهيئات المهمة باجراء هذه البحوث .

١٦ — نظرا لأهمية التدريب والدور الكبير الذي يؤديه في رفع الكفاءة الانتاجية واحداث التنمية ينبغي الاهتمام بنشر الوعي التدريبي وتعميق الايمان به بين طبقة القادة والعاملين على مختلف المستويات وفي شتى المجالات .

١٧ — اصدار التشريعات الضرورية للتغلب على العقبات والمشكلات المعوقة لعملية التنمية في أى مجال بشرط تهيئة كافة الظروف لممارسة أنماط السلوك التي تحقق أهداف التنمية . فلا ينبغي مثلا أن توقف ترقية العمال الذين لا يجيدون القراءة والكتابة دون أن تتاح لهم الفرص الحقيقية لحسو أميتهم ، وكذلك فانه من الضروري قبل اصدار تشريع يعاقب الذين يتبولون في الشوارع أو يلقون بفضلاتهم فيها أن توفر دورات المياه في المرافق العامة والميادين الرئيسية مع ضمان صيانتها وصلاحياتها للاستعمال .

## المراجع

### أولا - بحوث غير منشورة

على عجوة : دور الاعلام في تنظيم الاسرة بالريف المصرى . رسالة  
الدكتوراه غير منشورة .. كلية الآداب - جامعة القاهرة ١٩٧٤ .

### ثانيا - كتب عربية ومعربية

ابراهيم امام : الاعلام والاتصال بالجماهير ، الطبعة الاولى ، القاهرة ،  
مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٦٩ .

ابراهيم امام : العلاقات العامة والمجتمع . الطبعة الثانية ، القاهرة ،  
مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٦٨ .

ابراهيم امام : فن العلاقات العامة والاعلام ، الطبعة الثانية ، القاهرة ،  
مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٦٨ .

احمد رشيد : ادارة التنمية والاصلاح الادارى . القاهرة ، دار النهضة  
العربية ١٩٧٤ .

جيهان احمد رشقى : الاسس العلمية لنظريات الاعلام ، القاهرة ،  
دار الفكر العربى ، ١٩٧٥ .

جيهان احمد رشقى : نظم الاتصال ، الاعلام فى الدول النامية ، القاهرة ،  
دار الفكر العربى ، ١٩٧٢ .

روجرز ايفيرت ، الافكار المستحدثة وكيف تنتشر ، ترجمة سامى ناشد ،  
القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٦٢ .

سمير محمد حسين : ادارة العلاقات العامة فى مصر ، دراسة ميدانية ،  
القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٧٥ .

شرام ، ويلبور : اجهزة الاعلام والتنمية الوطنية ، دور الاعلام فى البلدان  
النامية ، ترجمة محمد فتحى ، القاهرة ، الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر ،  
١٩٧٠ .

عبد الباسط محمد حسن : التنمية الاجتماعية ، القاهرة ، مكتبة وهبة ،  
١٩٧٧ .

- عبد الكريم درويش . وليلى ت كلا : اصول الادارة العامة ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٧٤ .
- عبد الملك عودة : الادارة العامة والسياسة ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٦٣ .
- عبد المنعم شوقي ، واحمد الدفراوي تنمية المجتمع الريفي ، القاهرة ، امانة الحكم المحلي ١٩٧٦ .
- على عجوة : الاسس العلمية للعلاقات العامة ، القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٧٧ .
- على لطفى : مقدمة فى علم الاقتصاد ، القاهرة ، مكتبة عين شمس ، ١٩٦٧ .
- محمد عبد القادر حاتم : الاعلام والدعاية ، نظريات وتجارب ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٧٢ .
- محمد على الليثى : التنمية الاقتصادية ، الاسكندرية ، دار الجامعات المصرية ، ١٩٧٤ .

### ثالثا - كتب اجنبية

- Black, Sam : **Practical Public Relations**. Sir Isaac Pitman and Sons Ltd., London 1976.
- Bogue D. **Mass Communication and Motivation for Birth Control**. Community and Family Study Center, University of Chicago, 1967.
- Canfield. B. : **Public Relations, Principles, Cases and Problems**. Fifth Edition, Homewood III. Richard D. Irwin Inc., Illinois 1968.
- Cutlip S. and Center A. : **Effective Public Relations**. Forth Edition, Prentice-Hall Inc.. Englewood Cliffs, New Jersey, 1971.
- Griswood, Glenn and Denny : **Your Public Relation**. Magazines of Industry. Inc.. New York, 1948.
- Klapper J. T. : **The Effects of Mass Communication** Glencoe III., The Free Press 1960.



- Lazarsfeld P. E., Berelson B. and Gaudet H. : **The People's Choice**. Second Edition, Columbia University Press, New York 1948.
- Lesley, Philip : **Lesly's Public Relations Handbook** Prentice Hall, Inc., Englewood Cliffs, N. J. 1971.
- Simon, Raymond : **Perspectives in Public Relations**. University of Oklahoma Press. Norman Oklahoma, 1966.
- Robinson, Edward J. : **Communication and Public Relations** Charles E. Merrill Books Inc., Columbia, Ohio, 1966.

### صحف ودوريات عربية

- الأخبار : ٢ مايو ١٩٧٧ ، ٢٩ سبتمبر ١٩٧٧ ، ٣ أكتوبر ١٩٧٧ .
- الأهرام : ٢ مايو ١٩٧٧ ، ٢٩ سبتمبر ١٩٧٧ ، ٣ أكتوبر ١٩٧٧ .
- الأهرام الاقتصادي : أول مايو ١٩٧٧ .
- المجلة العربية للإدارة : عدد أكتوبر ١٩٧٧ .
- دراسات سكانية : نشرة شهرية يصدرها مكتب البحوث بجهاز تنظيم الأسرة ، العدد التاسع والخامس عشر .
- مجلة الإدارة ، المجلد السابع ، العدد الثاني ، أكتوبر ١٩٧٤ .

### خامساً — دوريات أجنبية

- Public Opinion Quarterly : Spring 1957 and 1958.

الدراسة الثانية

العلاقات العامة الحكومية  
وأهميتها في الدول النامية





## مشكلة البحث :

تتعرض الدول النامية بين الحين والآخر لاضطرابات وأحداث داخلية تأخذ أحيانا شكل المظاهرات التي ترمى الى اسقاط النظام القائم أو ارغامه على الالتزام بسياسات معينة • وتأخذ أحيانا أخرى شكل الثورات أو الانقلابات العسكرية • وقد تصل الأمور الى ما هو أسوأ من ذلك ، حينما تشتعل الحروب الأهلية بين أبناء البلد الواحد ، ويصعب على القادة الوطنيين السيطرة على الموقف دون أن تفقد أوطانهم الخسائر الجسيمة في الأرواح والأموال • وترجع هذه الأحداث في أغلب الأحوال الى فقدان الثقة والتفاهم بين هذه الأنظمة وجماهيرها أو حتى فقدان التوافق والتكيف بين جماهير الدولة الواحدة • حقيقة قد تلعب بعض القوى الخارجية المعادية دورا هاما في زيادة الفجوة بين الأنظمة الحاكمة والجماهير أو تغذية الصراع بين أبناء البلد الواحد ولكن ذلك يحدث بسبب عدم قدرة الحكومات الوطنية على تحقيق التكيف والانسجام والتوافق بينها وبين الجماهير من ناحية أو عجزها عن التصدي لحملات التشكيك المعادية من ناحية أخرى • ولما كانت العلاقات العامة مسئولة عن تحقيق التكيف والانسجام والتوافق بين أي منظمة وجماهيرها ، فقد أصبح من الضروري أن نتعرف على دور هذا الفن القديم الجديد في تحقيق التفاهم المتبادل بين الحكومات والجماهير في الدول النامية •

## خطة البحث :

لتحديد دور العلاقات العامة في تحقيق التكيف والتفاهم بين الحكومات والجماهير في الدول النامية ، سيتعرض البحث أولا لأهمية

العلاقات العامة ودورها في المجال الحكومي . مع تقديم فكرة عن ممارستها في بعض الدول المتقدمة والنامية ، ثم بيان الأهداف الأساسية للعلاقات العامة الحكومية ، وينتقل البحث بعد ذلك الى الدور الخاص للعلاقات العامة الحكومية في الدول النامية في ضوء مشكلاتها المتميزة . وأخيرا يصل البحث الى التوصيات التي يراها لاقامة علاقات طيبة بين الحكومة وجماهير الشعب .

### البحث الأول

#### العلاقات العامة في المجال الحكومي

تزايد اهتمام الحكومات بالعلاقات العامة نتيجة لانتشار النظم الديمقراطية ، وظهور الرأي العام كقوة مؤثرة في ادارة الأحداث واتخاذ القرارات أو السياسات ، ونمو جماعات الضغط في كثير من الدول بالاضافة الى تطور وسائل الاتصال ، مما أدى الى تقريب المسافات بين بقاع العالم المختلفة ، وتبادل التأثير بين الثقافات المتباينة (١) .

وقد أكدت هذه الحقيقة السيدة أنديرا غاندى رئيسة وزراء الهند السابقة حينما قالت : « العلاقات العامة هي احدى دعائم الديمقراطية ، ولما كانت السياسات الحكومية والصناعية تزايد تعقيدا باستمرار فان العلاقات العامة تستطيع أن تجعل هذه السياسات واضحة للجماهير ، وتمكنهم في نفس الوقت من الاسهام في رسمها أو ترك بصماتهم عليها (٢) . وقد أشار الى هذه الحقيقة أيضا أحد خبراء العلاقات العامة حين قال أن الديمقراطية سوف تحيا طالما كان هناك اتصال حر واعلام صادق .

---

(١) على عجوة : الأسس العلمية للعلاقات العامة ، القاهرة ، عالم الكتب ١٩٧٧ ، ص ٣ - ٦ .

(2) Cutlip and Center : **Effective Public Relations**. Forth Edition Prentice Hall Inc., Englewood Cliffs: New Jersey 1971, p. 529.

## دور العلاقات العامة في المجال الحكومي :

حدد سام بلاك Sam Black للعلاقات العامة الحكومية وظيفتين أساسيتين :

١ - تقديم معلومات مستمرة ومنظمة عن السياسات والخطط والانجازات الحكومية الى الجماهير ، واعلامها بالتشريعات والتنظيمات والاجراءات التي تمس الحياة اليومية للمواطنين .

٢ - تقديم النصح للوزراء وكبار المسؤولين فيما يتعلق بردود الفعل الحالية والمتوقعة للسياسات القائمة أو المرتقبة (١) .

فالادارة الناجحة لا تفرض القرارات من أعلى وانما تستلهم قراراتها من واقع الجماهير ومشكلاتها . وهذا يتطلب تهيئة قنوات الاتصال التي تنسب من خلالها المعلومات الى الادارة لكي تتعرف على الآراء والاتجاهات السائدة ، ولكي تقف على المشكلات التي تعاني منها الجماهير قبل أن يستفحل أثرها ويصعب تداركها . وهذا ما عناه Zechariah Chafee حين قال أن الاعلام الحكومي يستطيع أن يلعب دورا حيويا في انجاح الادارة باكتشاف أثر القوى الاجتماعية الجديدة ، والتعرف على مواطن القلق والتوتر قبل أن تزداد حدتها ، وتقوية الشعور بالانتماء القومي والوحدة الوطنية (٢) .

وفي عام ١٩٤٠ كتب هارود تشايلدرز Harwood L. Childs أستاذ العلوم السياسية الأمريكي يقول : ان مسئولية العلاقات العامة أن تحدد للادارة الأعمال والسياسات التي تؤثر على المجتمع ، وعليها أن تستبعد من هذه الأعمال والسياسات ما يتعارض مع مصلحة

---

(1) Sam Black : **Practical Public Relations**. Forth Edition, Sir Isaac Pitman and Sons Ltd. London 1976, p. 140.

(2) Cutlip and Center : *op. cit.*, p. 531.

الجمهور أو تعد لها بما يحقق التوافق بين مصلحة الفرد أو المنظمة ومصلحة الجماهير ، ولكي يتحقق ذلك على الوجه الأكمل فلا بد أن يفهم رجال العلاقات العامة المبادئ الأساسية للعوامل الاجتماعية والسياسية والثقافية والاقتصادية التي تحرك المجتمع في الوقت الحاضر (١) .

وإذا كان أرسطو قد صاغ هذه المشكلة في سؤاله : هل يمكن إقامة جسر بين هذه البيئة المعقدة وقدرة الإنسان السياسية البسيطة ؟ فإن العلاقات العامة بمفهومها الحديث قد أجابت على هذا السؤال بالإيجاب شريطة أن تمارس هذه الوظيفة على أسس علمية وبصفة مستمرة .

ويرى روبينسون Robinson أن هذه الوظيفة تتضمن (٢) :

١ - قياس وتقييم وتفسير اتجاهات الجماهير المختلفة التي لها صلة بالمنظمة .

٢ - مساعدة الإدارة في تحديد الأهداف الرامية إلى زيادة التفاهم والوفاق بين المنظمة وجماهيرها وقبول هذه الجماهير لمنتجات المنظمة وخططها وسياساتها والأفراد العاملين بها .

٣ - تحقيق التوازن بين أهداف المنظمة وأهداف ومصالح واحتياجات الجماهير المختلفة التي لها صلة بها .

٤ - تخطيط وتنفيذ وتقويم البرامج الرامية لكسب رضا الجماهير وتفاهمها .

---

(1) Raymond Simon : Perspectives in Public Relations, Univ. of Oklahoma Press, Norman Oklahoma 1966, p. 54.

(2) Edward J. Robinson : Communication and Public Relations, Charles F. Merrill Books Inc., Columbus, Ohio 1966, p. 36.



ولا تختلف هذه الوظائف من حيث المبدأ باختلاف المؤسسات التي تسعى لكسب تأييد الجماهير والفور بثقتها — فسواء كانت هذه المؤسسات صناعية أو تجارية — أولا تخضع لعامل الربح ، أو يناف بها ادارة شئون البلاد فلا بد أن تمارس هذه الوظائف لتحقيق أهداف العلاقات العامة .

وهذا ما يؤكد تعريف جمعية العلاقات العامة الدولية الذي يقول :

« العلاقات العامة هي وظيفة الادارة المستمرة والمخططة والتي تسعى بها المؤسسات والمنظمات الخاصة والعامة لكسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير التي تهتمها والحفاظ على استمرار هذا التفاهم والتعاطف والتأييد ، وذلك من خلال : قياس اتجاه الرأي العام لضمان توافقه قدر الامكان مع سياساتها وأنشطتها ، وتحقيق المزيد من التعاون الخلاق والأداء الفعال للمصالح المشتركة باستخدام الاعلام الشامل المخطط » (١) .

وهذا التعريف يقودنا الى تأكيد المبدأين التاليين في مجال العلاقات العامة الحكومية :

١ — أن أى منظمة تتعامل مع الجماهير تتعرض كثيرا لحمولات كيدية من جانب المنظمات المنافسة بهدف اضعافها واجتذاب جماهيرها الى جانب المنافسين أو حتى تحطيمها نهائيا . وازالتها من سوق المنافسة . وكما يحدث هذا في المنظمات التي تسعى الى الربح أيا كان نوعها فهو يحدث أيضا في المجال السياسى بين الأحزاب والحكومات لاختلاف الاتجاهات السياسيه والرغبة في الوصول الى الحكم أو تحطيم لنظام القائم لتعارضه مع مصالح فئة معينة من فئات المجتمع . وكما

ينبغي أن تسعى المنظمات التجارية الى التعرف على اتجاهات الجماهير ،  
ودراسة أوضاع المنظمات المنافسة وما تحاول أن تبثه هذه المنظمات  
من شائعات وحملات همس ضدها يلزم أن تقوم الحكومات أيضا  
بدراسة الشائعات وحملات الهمس التي توجه ضدها . ويتم ذلك  
في أغلب الأحوال عن طريق أجهزة تحمل أسماء مختلفة يندرج بعضها  
تحت أجهزة المخابرات . ويتبع بعضها التنظيمات السياسية القائمة  
أو ادارات تحليل الرأي العام أيا كانت تبعيتها . وهذا يقودنا الى  
المبدأ الأول في العلاقات العامة وهو التعرف على الاتجاهات السائدة  
ازاء المنظمة ، وأيضا دراسة المحاولات المعادية التي ترمى الى  
النيل منها ، أو التشكيك فيها (١) .

٢ — أن أى منظمة لابد وأن تراعى عند اتخاذ قرار معين أو اتباع  
سياسة جديدة تأثير ذلك على الجماهير التي تتعامل معها . فإذا كان من  
المحتم اتباع سياسة معينة لأنه لا بديل عنها ، وهذه السياسة تفرض  
تضحيات على الجماهير فلا بد من تهيئة الجماهير لتقبل هذه التضحيات  
من خلال الاقناع بمبررات السياسة الجديدة ، وتقديم القدوة في  
المشاركة في تحمل ما يطلب الى الجماهير تحمله من أعباء . وهذا هو  
المبدأ الثانى ، تهيئة الجماهير للتغيرات المرتقبة وتقديم القدوة من  
جانب القيادات الداعية الى التغير لتحمل آثاره ونتائجه (٢) .

### حالة مصرية :

نستطيع أن نقدم في هذا المجال حالة واقعية شهدتها مصر في مطلع  
عام ١٩٧٧ وأسفرت عما اصطلح على تسميته بأحداث ١٨ ، ١٩ يناير

---

(1) Davison, W. Phillips and Frederick T. C. Yu. : Mass Comm-  
unication Research. Praeger Publishers Inc. New York 1974, p. 70.

(2) Steven, H. Chafee and Michael J. Petrick : Using The Mass Media  
Communication Problems in American Society. McGraw Hill Inc. New  
York 1975, pp. 64-65.

١٩٧٧ • فقد طالعنا الصحف الصادرة في ١٨ يناير ١٩٧٧ بمجموعة قرارات حكومية لرفع الأسعار الخاصة بمعظم السلع الأساسية • وكان وقع هذه القرارات مفاجئاً للجماهير التي لم تهين، لتحمل هذه الأعباء الاقتصادية الجديدة التي رأت المجموعة الاقتصادية أنها من بين الطرق الأساسية لإصلاح المسار الاقتصادي • بل إنه على العكس من ذلك أعلن رئيس الوزراء في حديثه إلى المحرر الاقتصادي لجريدة الأهرام قبل اتخاذ هذه القرارات بأقل من ثلاثة أسابيع « تثبيت أسعار جميع السلع في عام ١٩٧٧ » • وجاء ذلك في العنوان الرئيسي « المانشيت » • وأكد رئيس الوزراء خلال الحديث على رفع المعاناة عن الشعب وتحقيق العدل الاجتماعي (١) •

وتناولت صحف اليوم التالي :

« السادات يطلب الاسراع باصدار قوانين العاملين والاسكان والضرائب » (٢) « الرئيس يناقش القيادات في وسائل توفير الغذاء والكساء وتثبيت أسعار السلع الضرورية » (٣) •

وقد طالعنا صحيفة الأخبار الصادرة في ٥ يناير ١٩٧٧ بالعنوانين الرئيسيين التاليين :

« السادات : ١٩٧٧ عام حل المشاكل » « لا بد من التركيز أولاً على الطعام والاسكان » • وقد بدأنا الطريق لحل المشكلتين » •

فاذا أضفنا إلى ذلك كثرة التصريحات حول القانون الجديد للعاملين ومزاياه لأدركنا كيف ساهمت القيادة السياسية وأجهزة الاعلام في خلق ما يسمى بثورة التطلعات التي رفعت آمال الجماهير وجعلتهم

---

(١) الأهرام : عدد ١ يناير ١٩٧٧ •  
(٢) الأهرام : عدد ٢ يناير ١٩٧٧ •  
(٣) الأخبار : عدد ٢ يناير ١٩٧٧ •

يتربصون الحلول لمشاكلهم في لحظة وأخرى . وإذا بهذه الآمال تتعرض  
للاحباط خلال أيام قليلة باعلان رفع أسعار السلع الأساسية لاصلاح  
المسار الاقتصادي .

أما فيما يتعلق بتقديم القدوة من جانب القيادات الداعية للتغيير  
لتحمل آثاره ونتائجه فقد انتشرت على العكس من ذلك حملات الهمس  
والاتهامات لتتال من بعض القيادات دون أن تقوم هذه القيادات بأى  
جهد جاد لتفنيد هذه الاتهامات . وقد أدى ذلك الى زيادة الاحساس  
بالظلم الاجتماعى ، وفقدان العدالة فى توزيع الأعباء فكانت المظاهرات  
الصاخبة العنيفة التى تفجرت على اثر اعلان هذه القرارات واستمرت  
الى أن تم الاعلان عن الغائها .

### ممارسة العلاقات العامة الحكومية فى العصر الحديث :

يعد تيودور روزفلت Theodore Roosevelt من الرواد الأوائل لفن  
العلاقات العامة فى المجال السياسى ، فقد أدرك الرئيس الأمريكى  
الأسبق أهمية تعبئة رأى العام وكسب تأييده للبرامج والسياسات  
المختلفة ، ولذلك أنشأ مكتباً للصحافة بالبيت الأبيض ، وحرص على  
تنظيم لقاءات دورية بمندوبى الصحف . وقد أجاد روزفلت استراتيجية  
التوقيت فى العلاقات العامة فكان يصدر بيانه الصحفى يوم الأحد  
ليظفر بمكان بارز فى الصفحة الأولى من صحف يوم الاثنين (١) .

وقد وصفت مجلة هاربرز الأسبوعية Harper's Weekly الرئيس  
تيودور روزفلت بأنه مندوب صحفى . وهو ما أكدته دافيد بارى  
David S. Barry عندما قال أن روزفلت كان يعرف قيمة الأخبار  
ويدرك أثرها الفعال ، ويعرف أيضا كيف ينبغي أن تكتب ، وما هى  
الوسيلة المناسبة لنشرها (٢) - وهذه القدرات لا تتوافر بالطبع لجميع

(1) Ibid : p. 534.

(2) Ibid : p. 80.



الرؤساء ، ومن هنا كانت أهمية مستشار العلاقات العامة في مساعدة رجال السياسة على رعاية علاقاتهم بالجمهور ، وتحقيق التفاهم والتوافق من خلال الاتصال المستمر والمتبادل بين الحكومة والمواطنين (١) .

وقد لاحظ ريفرز Rivers وزملاؤه أن حكومة الولايات المتحدة الأمريكية تنفق سنويا على العلاقات العامة الحكومية ما يزيد عن ٤٠٠ مليون دولار ، أى أكثر مما يصرف على القطاعات القضائية والتشريعية . وتبلغ نفقات الحكومة الفيدرالية لاعلام دافعى الضرائب الأمريكيين ، بالكلمة والصورة أكثر من ضعف ما تتكلفه الوكالتان الكبيرتان في جمع الأنباء ، وشبكات التليفزيون الثلاث ، وعشرة أضعاف ما تتكلفه الصحف العشر الكبرى (٢) .

ومن المؤسف أن كثيرا من الحكومات تركز على عملية النشر فقط باعتبارها الوظيفة الأساسية للعلاقات العامة وتهمل الوظائف الثلاث الأخرى وهى البحوث والتخطيط والتقويم . وقد خلص كراميل من إحدى دراساته لإدارات العلاقات العامة الحكومية الأمريكية أن القطاع الأكبر منها ينفذ الكثير من البرامج الاعلامية دون أن يقوم بأية محاولة علمية لقياس الرأى العام . وقد أكد ليكرت Rensis Likert على أهمية هذه الأبحاث حين قال أن تقبل الأفراد لأى برنامج وتأيدهم له لا يتوقف فقط على سلامة البرنامج ومدى اشباعه لاحتياجاتهم ، وإنما يعتمد أيضا على طريقة فهمهم لهذا البرنامج ، ويرجع السبب فى فشل بعض البرامج السلمية الى عدم فهم الجمهور لها على النحو المقصود (٣) .

---

Communication. Harper & Row Publishers. New York 1973, p. 264.

ترجمة ابراهيم امام ، القاهرة ، دار المعرفة ، ١٩٧٥ ، ص ٤٧٣ .

(1) Schramm W. : Men Messages and Media : a look at human

(٢) زيفرز ، ويليام وآخرون : وسائل الاعلام والمجتمع الحديث ،

(3) Cutlip and Center : op. cit., p. 552.

ويحذر الباحثان كاتليب وسنتر Cutlip and Center من خطأ الاعتماد على ما ينشر في الصحف للتعرف على اتجاهات الرأي العام ، فرغم أن تحليل ما ينشر في وسائل الاعلام يندرج تحت وسائل التعرف على اتجاهات الرأي العام الا أنه لا يعبر دائماً عن رأى الأغلبية الراءية . كما تعتمد بعض الحكومات على القنوات السياسية للتعرف على آراء الجماهير وهذا أيضاً لا يعبر على الدوام عن هذه الآراء بدقة كافية (١) .

وقد استخدمت الحكومة البريطانية بحوث الرأي العام كمرشد لبرامج العلاقات العامة بها منذ فترة طويلة ، فأنشأت وحدة البحوث كاحدى ادارات وزارة الاعلام فى عام ١٩٤١ ، وبعد انتهاء الحرب العالمية الثانية انتقلت هذه الادارة الى الجهاز المركزى للاستعلامات Central Office of Information تحت اسم ادارة البحوث الاجتماعية ، وما لبثت هذه الادارة أن أصبحت وكالة مستقلة للبحوث فى عام ١٩٦٧ (٢) .

كما اعترفت الحكومة الكندية بأهمية مسح الرأي العام فى تحقيق التكيف مع مواطنيها حيث أعاد رئيس وزرائها فى عام ١٩٧٠ تنظيم جهاز العلاقات العامة بحكومته ، فقد أنشأ وكالة مركزية للعلاقات العامة والاعلام تتكون من أربعة أقسام هى التخطيط والبحوث ثم النشر والمعلومات ثم مسح الرأي العام ، وأخيراً الشئون الادارية للوكالة . وقد تم انشاء هذه الوكالة بناء على التوصيات التى وردت فى تقرير عن الضرورة الحتمية للاعلام تحت عنوان : لكى تعرف وتعرف (٣) To know and Be known .

وقد انشأت حكومة الثورة فى مصر مصلحة الاستعلامات ضمن ادارات وزارة الارشاد القومى فى نوفمبر عام ١٩٥٢ ، ثم حولت هذه

---

(1) Ibid : p. 552.

(2) Ibid : p. 552.

(3) Ibid : p. 552.

المصلحة الى هيئة عامة في عام ١٩٦٧ . وتتخلص أهم أهداف هذه الهيئة فيما يلي :

- ١ — توضيح الصورة الحقيقية لمصر أمام الرأي العام العالمى .
- ٢ — تدعيم المفاهيم الجديدة للدولة لدى الجماهير ، وتحقيق الاتصال بين القاعدة الشعبية والقيادات فى العاصمة وعواصم المحافظات .
- ٣ — القيام باستقصاءات عن رأى العام العالمى والمحلى لمعرفة اتجاهاته نحو القرارات التى تتخذها أجهزة الدولة المختلفة .
- ٤ — تجميع المعلومات عن مختلف الأحداث والقضايا التى تهم رأى العام العالمى والمحلى ودراستها وإبلاغها للجهات المعنية لكى تخطط السياسات على أساس الموقف الحقيقى لاتجاهات رأى العام .
- ٥ — تقديم المعلومات الوافية لرجال الاعلام والرد على استفساراتهم مما يساعدهم على التعرف على اتجاهات الدولة ومجابهة الدعاية المضادة .

٦ — اعداد النشرات والتقارير الاعلامية عن مختلف الموضوعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية ورفعها الى الأجهزة العليا بالدولة (١) .

وجدير بالذكر أن معظم أجهزة الاعلام فى عدد كبير من الدول النامية تخضع لاشراف حكومات هذه الدول أو سيطرتها ، ومن ثم تستطيع تلك الدول توجيه رأى العام من خلال هذه الوسائل ، وكسب ثقته وتأييده لبرامجها وسياساتها (٢) وبهذا تصبح وسائل الاعلام فى هذه الدول بمثابة

---

(١) ابراهيم امام : العلاقات العامة والمجتمع ، الطبعة الثانية ، مكتبة الانجلو المصرية ١٩٦٨ ، ص ٣٠٠ — ٣٠٢ .  
راجع أيضا :

محيى الدين عبد الحليم حسين : الاعلام الحكومى واثره فى رأى العام المحلى ، رسالة ماجستير مقدمة الى قسم الصحافة بكلية الآداب جامعة القاهرة : عام ١٩٧٣ .

(٢) جيهان رشتى : نظم الاتصال ، الاعلام فى الدول النامية ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٧٢ ، ص ١٥٩ .

أجهزة علاقات عامة حكومية على المستوى المركزى ، وان كانت تفتقر فى معظم الأحوال الى التخطيط العلمى السليم لتنفيذ وظيفة العلاقات بمفهومها الحديث •

### أهداف العلاقات العامة الحكومية :

من العرض السابق لأهمية العلاقات العامة الحكومية ، والدور الذى يمكن أن تلعبه فى تحقيق التفاهم بين جهاز الحكم والمواطنين ، ثم تقديم فكرة موجزة عن ممارستها فى ثلاث من الدول المتقدمة بالإضافة الى دولة نامية هى مصر ، نستطيع أن نبلور أهداف العلاقات العامة الحكومية فيما يلى :

١ - اقناع الجماهير بالتشريعات والاصلاحات الجديدة التى تملئها احتياجات المجتمع المتغيرة •

٢ - تبديد الشكوك والقضاء على اللامبالاة التى قد تصرف الجماهير عن ادراك الوظائف الجديدة والمعقدة للحكومة (١) •

٣ - اعلام المواطنين بالخدمات والمشروعات التى يمكن أن يشاركوا فيها ويستفيدوا منها •

٤ - امداد المواطنين بمعلومات واقية عن الابتكارات الجديدة والانجازات التى تحققها الحكومة فى هذا المجال •

٥ - نقل صورة صادقة للرأى العام للمسؤولين التنفيذيين وكذلك الهيئات التشريعية حتى تصدر القوانين فى شكل واقعى ومقبول •

٦ - بلورة الاحساس العام وتهيئة الجماهير لتقبل بعض التوضيحات

---

(1) Cutlip and Center : op. cit., pp. 534-535.



الضرورية ، وهذا يتطلب اقناعهم بالحاجة الى سن بعض القوانين ومساعدتهم على فهمها .

٧ — توفير رصيد كاف من الثقة والتأييد لأي هيئة أو جهاز من أجهزة الحكومة لكي يكون لها أصدقاء عند الضرورة في أى صراع ينشب بينها وبين الهيئات الأخرى أو بينها وبين الجمهور .

٨ — التنبؤ بالمشكلات التي يتوقع حدوثها ورسم الخطط والبرامج التي تؤدي الى مواجهتها وتلافيها أو العمل على ازالة أسباب حدوثها . وهذا يجعل الأجهزة القائمة باتخاذ القرار السياسي أو التنفيذي على بينة من كل الخطوات المقبلة وتفادى أى أخطار أو مشكلات مرتقبة .

## المبحث الثانى

### مسئوليات العلاقات العامة الحكومية في الدول النامية

يشير المبحث السابق الى تزايد اهتمام الدول المتقدمة بالعلاقات العامة الحكومية وحرصها على الاستفادة من هذا الفن في تحقيق التكيف والتوافق بين الحكومات والجماهير ، فقد انشأت هذه الدول ادارات خاصة لممارسة هذه الوظيفة ولم تدخر وسعا في الانفاق عليها وتلبية متطلباتها . واذا كانت ممارسة العلاقات العامة الحكومية في الدول المتقدمة تتم في ظروف مستقرة ومناخ ديمقراطى تتحدد فيه المسؤوليات والحقوق ، وتفهم الحريات بلا تجاوزات ، فان ظروف ممارسة هذه الوظيفة في الدول النامية تواجه عددا من المشكلات التي تجعلها أكثر تعقيدا والتي تضاعف في نفس الوقت من مسؤولياتها في تحقيق التكيف والتوافق بين الحكومة والجماهير من ناحية ، وبين قطاعات هذه الجماهير من ناحية أخرى .

فالدول النامية في سعيها الى اللحاق بركب الدول المتقدمة في

المجالات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والادارية تواجهه بعض المشكلات التى تختلف باختلاف ظروف كل منها • فبعض هذه الدول يواجه نقصا فى الموارد الاقتصادية ، والبعض الآخر يواجه عجزا فى الكفاءات البشرية المدربة تدريبا متقدما • كما أن هناك دولا تعاني قصورا فى توفير مكونات التكنولوجيا الحديثة ، هذا بالإضافة الى تلك الدول التى تواجه هذه الأعباء مجتمعة •

كما تواجه الدول النامية أيضا بعض المشكلات السياسية المتصلة بتحديد شخصيتها ونظامها السياسى ، ومحاولات القوى العالمية فرض نفوذها وسيطرتها على النظام الحاكم واستغلال حاجته الى الدعم الاقتصادى أو العون العلمى والفنى للسيطرة على مقدرات هذه الدول وتوجيه سياستها طبقا لمصالح هذه القوى بالدرجة الأولى ، وهو ما قد يتنافى مع المصالح الوطنى •

وتواجه بعض الحكومات فى الدول النامية بالإضافة الى ذلك صراعات داخلية وخارجية تستنزف جهودها البشرية فى حروب متصلة تحصد من قدرتها على مواجهة متطلبات التنمية والوفاء بالبرامج التى وعدت بها جماهيرها غداة وصولها الى الحكم • ويترتب على هذه الحروب بالإضافة الى تزايد الأعباء الاقتصادية تزايد اتصال مجتمعات هذه الدول بالعالم الخارجى وتعرضها للتأثيرات العالمية بما تحمله من أفكار وأنظمة مختلفة •

كذلك فقد لعبت الثورة التكنولوجية فى وسائل الاتصال الجماهيرى دورا حاسما فى تعرض مجتمعات الدول النامية للأفكار السياسية العالمية وساهمت مع الوعود المتكررة من القادة الوطنيين فى خلق ما يسمى بثورة التوقعات *Revolution of Rising Expectations* حيث زادت آمال الجماهير وتطلعاتها لتحقيق حياة الرخاء والاستقرار ، واذ بهذه التطلعات والتوقعات تنهار فى بعض الدول النامية نتيجة للمشكلات العديدة التى

تعرضت لها وعجزت معها عن تحقيق معدلات التنمية ، التي جاءت في برامجها . وتحولت ثورة التوقعات الى ثورة احباط Revolution of Rising Frustrations<sup>(١)</sup> وهذا بدوره أضاف مشكلة ضخمة لحكومات هذه الدول في اقناع الجماهير بتحمل المزيد من التضحيات وتقبل الأعباء المتجددة في عالم يتجه نحو الرخاء .

وكثيرا ما لجأت بعض هذه الدول للتغلب على آثار هذا الاحباط الى خلق معارك وهمية ، أو حتى حقيقية في المجال الداخلى أو الخارجى لتحويل أنظار الجماهير عن المشكلات الحقيقية التي تواجهها أو تأجيل انفجار السخط ريثما تستطيع حكومات هذه الدول ايجاد مخرج للأزمة التي تواجهها . كما يلجأ بعض القادة الوطنيين الى احداث تغييرات بين الحين والآخر في البرامج والسياسات الداخلية أو الخارجية أو حتى في النظام السياسى نفسه لصرف لجماهير عن مشكلاتها المزمنة أو اعطائها أملا جديدا لحل هذه المشكلات (٢) . وقد يؤدي استمرار الأوضاع كما هي الى مزيد من الاحباط الذى قد يتحول الى سخط عام يتمثل في شكل مظاهرات عنيفة أو صراعات دموية .

وفي ظل هذه الظروف تتحرك العناصر المعادية للأنظمة الحاكمة في الداخل والخارج لتشن حملاتها الكيدية للتشكيك فيها وإضعافها تمهيدا للسيطرة عليها أو تحطيمها اذا كان ذلك في صالح القوى المنافسة . وتستغل هذه القوى الصراعات القائمة وتلجأ الى تغذيتها وتوسيع الفجوة بين النظام الحاكم والجماهير دون أن تسفر عن وجهها وأهدافها . وفي بعض الأحيان تسفر هذه القوى عن وجهها وتنفذ بنفسها الأعمال العدوانية لتحقيق مصالحها تحت ستار الادعاء بمناصرة المصالح الوطنية .

(1) Davison W. Phillips and Frederick T. C. Yu : op. cit., p. 89.  
(٢) مختار التهامي : الراى العام والحرب النفسية ، الطبعة الثانية ، الجزء الأول ، القاهرة ، دار المعارف ، ١٩٧٢ ، ص ١٢٢ . وايضا :  
Elul, Jacques : Propaganda. Translated by Konrod Kellen and Jean Lerner. Vintage Books Edition. New York 1973. pp. 169 - 170.

وتقودنا هذه المشكلات الى تحديد مسئوليات العلاقات العامة الحكومية في الدول النامية على النحو التالي :

١ - تهيئة الأذهان للمفهوم القومي للتنمية بأبعادها الشاملة ، والتضحيات التي تتطلبها من جانب الجماهير مقابل تحقيق أهداف معينة .

٢ - اقناع الجماهير بالتشريعات والاصلاحات الجديدة التي تملئها احتياجات المجتمع المتغيرة .

٣ - اعلام المواطنين بالانجازات والمشروعات الناجحة التي تحققتها الحكومة ، وتوضيح آثار هذه المشروعات على الخطة الشاملة .

٤ - التعرف على آراء الجماهير واتجاهاتها ازاء السياسات والبرامج المختلفة التي تصدر عن الحكومة ونقل صورة صادقة عن هذه الاتجاهات الى المسئولين .

٥ - تقديم المعلومات الوافية لرجال الاعلام عن خطط الحكومة وسياستها حتى يتمكنوا من القيام بدورهم في توجيه الرأي العام ومواجهة الدعاية المضادة .

٦ - تبديد الشكوك والقضاء على حملات الهمس والشائعات التي يبثها أعداء النظام بهدف التشكيك في قدرته أو صدقه في تنفيذ برامجه وتحصين الجماهير ضد هذه الحملات المعادية .

٧ - العمل على ازالة أسباب الصراع الداخلي بين أبناء الدولة ، ودعم الوحدة الوطنية ، وتأكيد الشعور بالانتماء القومي عند الجميع .

٨ - التعرف على أخطاء المسئولين ومواجهتهم بها وتقديم النصح اليهم لكي يكونوا نماذج طيبة تقتدى بها الجماهير . وهذا يتطلب أن تتحمل القيادات نصيبها في التضحيات التي تطالب بها المواطنين .



٩ - تهيئة الجماهير للتغيرات التي ستحدث ، وتفسير هذه التغيرات ومساعدة الجماهير على فهمها ، والتكيف معها ، والعمل على تخفيف التوتر والقلق الناتج عن الاحتكاك بين الاتجاهات التقليدية السائدة في المجتمع والاتجاهات العالمية الحديثة .

١٠ - التنبؤ بالمشكلات التي يتوقع حدوثها ورسم الخطط والبرامج التي تؤدي الى التغلب عليها ومواجهتها في مهدها بالتعاون مع الأجهزة القائمة باتخاذ القرارات السياسية أو التنفيذية .

### وفي ختام هذا البحث :

نستطيع أن نصل الى بعض التوصيات لارساء القواعد العلمية للعلاقات العامة الحكومية ، وتهيئة الطريق لممارستها بأقصى قدر من الفاعلية لتحقيق التكيف والتوافق بين الحكومة والجماهير من ناحية ، وبين جماهير الشعب الواحد من ناحية أخرى ، وفيما يلي أهم هذه التوصيات :

**أولاً :** ضرورة الأخذ بالمنهج العلمي في قياس الرأي العام ، وهذا يتطلب دعم الجهات المناط بها التعرف على اتجاهات الرأي العام بالباحثين المؤهلين علمياً للقيام بهذا العمل ، وضرورة اطلاع المسؤولين على هذه الاتجاهات بصفة دورية .

**ثانياً :** ضرورة الأخذ بالتخطيط العلمي في ممارسة أنشطة العلاقات العامة الحكومية من خلال جهاز تتوافر له الكفاءات الفنية والعلمية لترشيد القرارات والسياسات الحكومية التي تتصل بالمواطنين . وأن تكون لذلك الجهاز الصلاحيات الكاملة التي تمكنه من التنسيق بين كافة الأجهزة الاعلامية لتنفيذ سياسة اعلامية ناجحة .

**ثالثا :** تشجيع الدراسات الرامية الى التعرف على ديناميكية السلوك الاجتماعى ازاء المواقف والأحداث المختلفة للتعرف على العوامل الاجتماعية والرواسب التاريخية التى تؤثر على تطور هذه المواقف وتلك الأحداث بالنسبة للمجتمعات المختلفة لوضع ذلك فى الاعتبار عند التخطيط لأى سياسة قومية أو عند اصدار قرارات تمس قطاعات كبيرة من الشعب .

## مصادر البحث ومراجعته

### أولا — بحوث غير منشورة :

- محيى الدين عبد الحليم حسين : الاعلام الحكومى واثره فى الراى العام المحلى . رسالة ماجستير مقدمة الى قسم الصحافة بكلية الآداب جامعة القاهرة عام ١٩٧٣ .

### ثانيا — بحوث وكتب عربية ومصرية :

- ابراهيم امام : العلاقات العامة والمجتمع ، الطبعة الثانية ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٦٨ .
- جيهان رشتى : نظم الاتصال : الاعلام فى الدول النامية ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٧٢ .
- ريفرز . وليام وآخرون : وسائل الاعلام والمجتمع الحديث ، ترجمة ابراهيم امام ، القاهرة ، دار المعرفة ، ١٩٧٥ .
- على عجمو : الاسس العلمية للعلاقات العامة ، القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٧٧ .
- مختار التهامى : الراى العام والحرب النفسية ، الطبعة الثانية ، الجزء الاول ، القاهرة ، دار المعارف ، ١٩٧٢ .

### ثالثا — بحوث وكتب اجنبية :

- Black, Sam, Practical Public Relations. Forth Edition. Sir Isaac Pitman and Sons Ltd London 1967.
- Cutlip, Scott and Allen H. Center : Effective Public Relations. Forth Edition. Prentice Hall Inc., Englewood Cliffs, New Jersey, 1972.
- Davison W. Phillips and Frederick T. C. Yu : Mass Communication Research. Praeger Publishers Tnc., New York, 1974.
- Ellul, Jacques : Propaganda. Translated by Konrad Kellen and Jean Lerner. Vintage Books Edition. New York 1973.

- . Robinson, Edward J. *Communication and Public Relations* Charles E. Merrill Books Inc. Columbus Ohio 1966.
- Simon, Raymond : *Perspectives in Public Relations*. University of Oklahoma Press. Norman Oklahoma 1966.
- Schramm W. *Men, Messages and Media*, a look at human communication, Harper & Row publishers. New York 1974.
- Steven, H. Chaffee and Michael J. Petrick : *Using The Mass Media Communication Problems in American Society* McGraw Hill Inc., New York 1975.



الدراسة الثالثة

دور العلاقات العامة في  
مؤسسات التعليم العالي



## مقدمة

إذا كانت العلاقات العامة قد حظيت بالقبول على نطاق واسع في النصف الثاني من هذا القرن ، فإن هذا القبول لم يصاحبه فهم دقيق لمفهومها ووظائفها في المؤسسات المختلفة حتى بين من يهتمهم أمر إدارة هذه المؤسسات . وقد أدى هذا الوضع الى عدم التأيد الكامل لإدارات العلاقات العامة في هذه المؤسسات . والى نقص الموارد المالية والبشرية التي تمكّنها من ممارسة هذا العمل على النحو الصحيح .

وهذا البحث هو بداية لعدد البحوث يعترّم الباحث اجراءها لتطبيق المبادئ العامة التي طالما ترددت في مؤلفات العلاقات العامة الأجنبية والعربية . وإذا كانت هذه المبادئ العامة هي في أساسها صدى للممارسة العملية المتطورة التي شهدتها الولايات المتحدة الأمريكية في مطلع هذا القرن ، فإن عالمنا العربي لم يشهد هذه الممارسة الا متأخرا حين بدأت حركة النقل عن المؤلفات الأجنبية والاضافة اليها من خلال الاجتهادات النظرية التي تستند الى الواقع العربي .

وإذا كانت المكتبة العربية قد بدأت تزخر بمؤلفات عربية قيمة في مجال العلاقات العامة ، الا أن الدراسات التطبيقية مازالت محدودة في هذا المجال .

ولذلك فإن الهدف من هذا البحث هو اجراء دراسة تحليلية للعلاقات العامة في مجال التعليم العالي للتعرف على النموذج الأمثل لممارسة هذه الوظيفة في هذا المجال ، ولتحديد الأهداف التي يجب أن تحققها ، وال جماهير التي تهتم بها ، والأساليب والرسائل التي تضمن التأيد المستمر من جانب هذه الجماهير للجامعات والمعاهد العليا .

## خطة البحث :

ينقسم هذا البحث الى مقدمة وثلاثة مباحث وخاتمة . فنتناول في المقدمة أهمية البحث والهدف من اجرائه وخطته . وفي البحث الأول ، نستعرض أهم المشكلات التي تواجه التعليم العالي ثم نبين أهداف العلاقات العامة في هذا المجال . ويتناول البحث الثاني بالتحليل الجماهير المؤثرة والمتأثرة بنشاط العلاقات العامة في هذا المجتمع . وينقسم البحث الثالث الى قسمين : أولهما يحدد مكانة ادارة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي لمؤسسات التعليم العالي ، وثانيهما يقترح نموذجا تنظيميا لأقسام ادارة العلاقات العامة في هذا المجال . وأخيرا نستعرض في الخاتمة النتائج النهائية للبحث .

## البحث الأول

### أهداف العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي

ينقسم هذا البحث الى قسمين رئيسيين : الأول يتحدث عن المشكلات التي تواجه المجتمع الجامعي (\*) ، والثاني يتناول أهداف العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي ، فلكي نصل الى تحديد دقيق لأهداف العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي ينبغي أن نشير الى المشكلات الأساسية التي تعترض هذا المجال ، أو التي تمثل بعض الصعاب المعوقة لرسالة الجامعة أو المعهد ومن الطبيعي أن يركز البحث على المشكلات العامة البارزة التي تواجه التعليم العالي دون المشكلات الصغيرة التي لا تمثل ظاهرة عامة بين الجامعات والمعاهد العليا . وتختلف حدة هذه المشكلات من دولة الى أخرى وان اشتركت فيها معظم الدول تقريبا بدرجات متفاوتة .

---

(\*) المقصود بالمجتمع الجامعي مجتمع الجامعات والمعاهد العليا .



## أولا — المشكلات التي تواجه المجتمع الجامعي :

### ١ — الحرية العلمية :

يواجه البحث العلمي في كثير من الدول بإجراءات معينة تمثل قيودا في بعض الحالات على الفكر العلمي ، وتشكل حجرا صريحا أو مقنعا على الآراء • وتزداد هذه الخطورة في أوقات الأزمات الداخلية أو التهديدات العدوانية الخارجية • وقد شهدت الولايات المتحدة الأمريكية — رغم كل مظاهر الديمقراطية التي تظلها — ألوانا من المصادرة على الفكر العلمي في أعقاب الحرب العالمية الثانية تحت ستار مكافحة الشيوعية ، كما أن المتطرفين سياسيا من أقصى اليمين إلى أقصى اليسار يشكلون تهديدا مستمرا للحرية العلمية ، وهو ما يجب التصدي له بحزم • وقد جسد هذه الحقيقة رئيس سابق لجامعة كنتكي University of Kentucky حين قال ان أهم عمل يجب أن يقوم به رئيس الجامعة هو المحافظة على حريتها (١) •

وإذا كانت الحرية العلمية في الولايات المتحدة الأمريكية موضع شك في بعض الأحيان فإنها تعاني أزمة حقيقية في الاتحاد السوفيتي والدول التي تدور في فلكه • كما أنها تعاني نفس الشيء في كثير من الدول النامية •

ولا شك أن صيانة القانون داخل الجامعة يحافظ على حقوق الجميع • ويحمي الجامعة من التدخل الخارجي • فالحرية العلمية كغيرها من الحريات لها التزاماتها ومسئولياتها تجاه المجتمع • وفي هذا الصدد يتحمل أستاذ الجامعة قدرا كبيرا من عبء هذه المسؤولية •

---

(1) Cutlip, Scott and Center Allen. *Effective Public Relations* Forth Edition. Prentice Hall Inc., Englewood Cliff., New Jersey, 1971. p. 592.

## ٢ — الدعم المالى :

لقد أدى تطور نظم التعليم ومناهجه بما يتفق وضرورات القرن العشرين ، وكذلك النمو المتزايد فى اعداد الطلاب ، والمسئوليات الجديدة للجامعة فى مجال اجراء البحوث . والتدريبات العملية ، أدى هذا كله الى زيادة نفقات التعليم العالى بشكل كبير . وقد دفع هذا الوضع رؤساء الجامعات الأمريكية الى استخدام النشر أولا ثم استخدام كل فنون العلاقات العامة فى زيادة الدعم المالى الذى تقدمه حكومة الولاية ، والشركات والأفراد ، بالإضافة الى الحكومة الاتحادية فى واشنطن .

واذا كانت الجامعات فى الولايات المتحدة الأمريكية وبعض الدول الأوروبية تعتمد فى تمويلها بصفة أساسية على الرسوم التى يدفعها الطلاب ، بالإضافة الى التبرعات والمنح والدعم الحكومى المحلى والفيدرالى فإن الجامعات فى دول أخرى كثيرة تعتمد أساسا على التمويل الحكومى ، وربما زادت على ذلك بتقديم المنح والمكافآت للطلاب لتشجيعهم على مواصلة الدراسة . كما أن هناك نوعا ثالثا من الجامعات يعتمد على الدعم الحكومى مع تحصيل رسوم رمزية من الطلاب ، ومنح المكافآت للمتفوقين منهم .

والغريب أن مشكلة الموارد تكاد تكون مشكلة عامة بين الجامعات والمعاهد العليا سواء فى الدول الفقيرة أو الدول الغنية . ورغم أن حدة هذه المشكلة أقل فى الدول الغنية إلا أن لها ظلالها التى لا تنكر ، والتى قد يكون من أسبابها عدم قدرة ادارة الجامعة على اقناع الحكومة باحتياجاتها المالية ، أو تبديدها للأموال المخصصة فى غير مكانها الصحيح .

## ٣ — اختيار الطلاب :

تزايد الاقبال على التعليم العالى فى معظم دول العالم حتى فى الدول المتقدمة التى تحررت الى حد كبير من النظرة التقليدية الى الشهادة الجامعية كقيمة فى حد ذاتها ، وبغض النظر عما حولها من

ظروف أخرى • فقد ارتفعت نسبة الذين يلتحقون بالتعليم الجامعي في الولايات المتحدة الأمريكية من ٤ ٪ من خريجي المدارس الثانوية في عام ١٩٠٠ لتصبح ٣٧ ٪ في عام ١٩٦٠ (٢) •

وإذا أخذنا دولة عربية كجمهورية مصر العربية لوجدنا أن الحكومات المتعاقبة بعد ثورة ٢٣ يوليو ١٩٥٢ تفرض على الجامعات والمعاهد العليا معظم خريجي المرحلة الثانوية العامة تقريبا ، والباقي يلحق بالمعاهد المتوسطة لاعداد الفنانين • ولا يبقى الا نسبة ضئيلة ممن يأنفون الالتحاق بهذه المعاهد ويفضلون إعادة الامتحان في العام التالي ويترتب على ذلك أن تستوعب الجامعات والمعاهد العليا أضعاف أضعاف ما يمكن ان تتحملة طاقاتها من المعامل والقاعات الدراسية وأعضاء هيئة التدريس • وقد أصبح عدد خريجي الجامعات المصرية بالنسبة لعدد السكان أكبر من المملكة المتحدة وضعف ألمانيا الاتحادية (٣) •

وإذا كان مجموع الدرجات أو التقديرات الخاصة بالطالب هي أساس الاختيار الشائع في معظم الكليات والأقسام الجامعية ، فإن هذه الطريقة لا تضمن اختيار الطالب المناسب في التخصص المناسب • ومن أجل هذا لجأت بعض الأقسام العلمية الى اجراء اختبارات مختلفة لاكتشاف قدرات الطلاب • وهذه الاختبارات مازالت هي الأخرى غير دقيقة اذا افترضنا النزاهة المطلقة في الاختبار • وهو أمر مشكوك فيه في كثير من الدول النامية •

#### ٤ - اجتذاب الاساتذة :

تواجه الجامعات فيما بينها منافسة شديدة لاجتذاب الأستاذ

---

(2) Marston, John : The Nature of Public Relations. Mc Graw-Hill Book Company Inc., New York 1963. p. 102.

(٣) شرام ، ويلبور : أجهزة الاعلام والتنمية الوطنية ، دور الاعلام في البلدان النامية ، ترجمة محمد فتحي ، القاهرة ، الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر ، ١٩٧٠ ، ص ٤٧ •

الجامعى الكفاء ، وتستوى فى ذلك الدول المتقدمة والدول النامية وان  
اختلفت طبيعة المشكلة فى كل منها . ففى الدول المتقدمة تسعى الجامعات  
لاجتذاب كبار الأساتذة وذوى التخصصات النادرة من نفس الدول ومن  
الدول الأخرى ومن بينها الدول النامية . وتبذل الجامعات فى سبيل ذلك  
جهودا غير عادية ، وتقدم لهؤلاء العلماء اغراءات مادية وأدبية بلا حدود ،  
وقصة الجامعات الأمريكية فى هذا المجال لا تحتاج الى برهان .

وفى الدول النامية تأخذ المشكلة بعدا آخر ، فالأستاذ الجامعى أيا  
كانت كفاءته أصبح عمله نادرة . وهو مع ذلك يترك موطنه الأصيل ليعمل  
فى دول أخرى بحثا عن حياة أفضل . أو ظروف تهين له أداء رسالته  
العلمية على الوجه الأكمل . وهنا تختلف قدرة كل دولة على الاشتراك  
فى هذه المنافسة التى لا يحسمها العامل المادى وحده ، وانما تتداخل  
معه عناصر أخرى تتعلق : بأمن الأستاذ الجامعى وأسرته ، والحرية  
العلمية التى يمكن أن يتمتع بها ، ونوعية العلاقات الجامعية السائدة  
بين ادارة الجامعة بمستوياتها المختلفة والأساتذة القادمين من خارج  
الدولة ، بالإضافة الى الظروف المناخية والمعيشية التى تحظى هى  
الأخرى بنسب متفاوتة من التأثير تتفاعل مع غيرها من العوامل لتحدد  
فى النهاية قرار الأستاذ الجامعى بالعمل فى هذه الجامعة أو تلك اذا كان  
هو نفسه مرغوبا فى أكثر من جامعة .

### ثانيا - أهداف العلاقات العامة فى الجامعات والمعاهد العليا :

يرى جاريت Paul Garret أحد رواد العلاقات العامة الأمريكية  
ان العلاقات العامة ليست وسيلة دفاعية لجعل المؤسسة تبدو فى صورة  
مخالفة لصورتها الحقيقية ، وانما هى الجهود المستمرة من جانب  
الادارة لكسب ثقة الجمهور من خلال الأعمال التى تحظى باحترامه (٤) .

---

(4) Griswold, Glenn and Denny : Your Public Relations. Magazine  
of Industry, Inc., New York 1948. p. 4.



وترى جمعية العلاقات العامة الدولية « ان العلاقات العامة هي وظيفة الادارة المستمرة والمخططة والتي تسعى بها المؤسسات والمنظمات الخاصة والعامة لكسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير التي تهتمها ، والحفاظ على استمرار هذا التفاهم والتعاطف والتأييد وذلك من خلال قياس اتجاه الرأي لضمان توافقه قدر الامكان مع سياساتها وأنشطتها ، وتحقيق المزيد من التعاون الخلاق والاداء الفعال للمصالح المشتركة باستخدام الاعلام الشامل المخطط (٥) .

وفي ضوء هذين التعريفين اللذين قدما مفهوما واضحا للعلاقات العامة ، واستنادا الى تحليلنا للمشكلات التي تواجه التعليم العالي ، يمكن أن نحدد أهداف العلاقات العامة في هذا المجال على النحو التالي :

#### ١ - تنمية الثقافة العامة :

ينبغي أن تقوم العلاقات العامة بالجامعة بتنظيم الندوات الثقافية والمحاضرات العامة التي توسع مدارك الطلاب ، وتفتح الأذهان الى القضايا الفكرية الهامة ، ومن الضروري تشجيع الطلاب على التردد على مكتبات الجامعة ، وتزويد هذه المكتبات بكمية مناسبة من الصحف والمجلات المحلية والعالمية ، وتيسير اطلاع الطلاب عليها . ومن المهم أيضا تشجيع الطلاب الموجودين في الفنون المختلفة بإتاحة الفرصة لهم في اقامة المعارض الفنية والمشاركة في الحفلات وتنظيم المسابقات الفنية والأدبية .

#### ٢ - الرعاية الصحية والاجتماعية للطلاب :

يجب أن تؤمن الجامعة للطلاب العلاج والرعاية الصحية الكاملة فالعقل السليم في الجسم السليم . وينبغي أن تساهم العلاقات العامة بالجامعة في تشجيع الأنشطة الرياضية وتنظيم المسابقات بين الكليات

المختلفة وبين الطلاب ، والأساتذة ، والإداريين ، والخريجين . ومن الممكن أن تساهم العلاقات العامة من خلال فروعها في الكليات المختلفة مع الإخصائيين الاجتماعيين فيها في التعرف على المشكلات التي تواجه الطلاب وأن تساعد على التغلب عليها وحمايتهم من سيطرة النزعات الشريرة التي تنتج عن هذه المشكلات .

### ٣ - استقبال الوفود الطلابية الزائرة :

ينبغي أن تتبنى كل جامعة خطة سنوية لتبادل الزيارات مع طلاب الجامعات والمعاهد الأخرى . ويجب أن تقوم العلاقات العامة بتنظيم هذه الزيارات لتحقيق أهدافها العلمية والثقافية والترفيهية . فتقوم باستقبال هذه الوفود وإتاحة الفرصة لها للتعرف على أنشطة الجامعة المختلفة ، وتنظيم لقاءات لها مع كبار رجال الجامعة وأساتذتها وطلابها في التخصصات المختلفة ، واصطحاب هذه الوفود في جولة حول منشآت الجامعة الهامة ، وتقديم الهدايا التذكارية التي تحمل مغزى خاصا بالجامعة .

### ٤ - اعلام الطلاب وتوعيتهم :

تتفاوت أهمية هذا الهدف بين الطلاب القدامى والجدد ، فالطلاب الجدد في أمس الحاجة الى التعرف على أنشطة الجامعة وأنظمتها وسياساتها ، والكليات والأقسام التي تضمها ، ومناهج الأقسام المختلفة ، ومحتوى المواد في نظام الساعات الذي يسمح للطلاب بقدر معين من حرية الاختيار . وتتنوع الوسائل الاعلامية التي تحقق هذه الأهداف وغيرها مما يجرى داخل الجامعة ، فهناك الكتيبات أو النشرات أو الدليل أو صحيفة الجامعة أو حتى ما ينشر في وسائل الاعلام العامة أو اللقاءات والاجتماعات التي يعقدها كبار المسئولين .

### ٥ - تنظيم حفلات التخرج :

تعتبر حفلات التخرج مناسبة طيبة لتوطيد صلة الجامعة بطلابها

المتخرجين وبأولياء أمور الطلاب الذين يحضرون هذه الحفلات . وينبغي أن تكون هذه المناسبة فرصة حقيقية لتشجيع الطلاب على التفوق العلمى ، وتقديم الجوائز للمتفوقين منهم . كما يجب تنمية الروابط مع الجماعات المهنية المختلفة بدعوتها لحضور هذه الحفلات وغيرها من المناسبات الملائمة لتشجيع هذه الجماعات على تهيئته فرص العمل المناسبة للخريجين الجدد .

## ٦ - ربط الجامعة بالمجتمع المحلى :

ينبغي أن تشجع الجامعة البحوث والأنشطة التى تهدف الى خدمة المجتمع المحلى ، وأن تنظم العلاقات العامة بالجامعات الأحداث الخاصة (\*) التى تهدف الى تنشيط الاتصال بالجمهور العام ، وتأكيد دور الجامعة فى خدمة المجتمع من خلال الأيام والأسابيع الخاصة كأسبوع المرور أو أسبوع النظافة أو غيرها من المناسبات التى تنشر الوعى بين أفراد المجتمع المحلى ، أو تثير اهتمامه باحدى القضايا العامة (٦) .

## ٧ - توطيد الصلات بوسائل الاعلام :

تقوم ادارة العلاقات العامة فى أى مؤسسة من المؤسسات بتوطيد علاقاتها برجال الاعلام ، واعدادهم بالمعلومات الكاملة التى تساعدهم على توضيح صورة هذه المؤسسة أمام الرأى العام . والجامعة من المؤسسات العامة التى تهتم الرأى العام وتمس اهتماماته المباشرة . ولذلك ينبغى أن تحرص العلاقات العامة بالجامعات والمعاهد العليا على

---

(\*) الأحداث الخاصة او المصنوعة فى العلاقات العامة الزيارات والمعارض والاحتفالات والمهرجانات ، وكذلك الأيام والأسابيع الخاصة والاجتماعات والمؤتمرات والباريات الرياضية والعلمية بالإضافة الى اعياد انشاء المؤسسة وافتتاح المشروعات الجديدة . وتعديلها المؤسسة اعدادا خاصا لتحقيق اهداف محددة .

(٦) على عجوة ( دكتور : الأسس العلمية للعلاقات العامة ، الطبعة الثانية ، القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٧٨ ، ص ٢٠٣ .

تتمية الروابط مع رجال الاعلام الذين لهم صلة أو اهتمام بالتعليم  
العالى ، و امدادهم باستمرار بكل ما يتعلق بسياسات الجامعة وانجازاتها ،  
وتوضيح وجهة نظرها في المشكلات المتعلقة بالطلاب أو البحث العلمى  
لكسب ثقة الراى العام وتأييده (٧) .

#### ٨ - توطيد العلاقات بجهات الدعم المختلفة :

أشرنا فى موضوع سابق من هذا البحث الى اعتماد بعض الجامعات  
على الدعم المالى الذى يقدمه الأفراد أو الهيئات أو الشركات أو  
الحكومة ، واعتماد البعض الآخر على الموارد المالية التى تقدمها  
الحكومات وفى جميع الأحوال يلزم أن تساهم العلاقات العامة فى كسب  
تأييد هذه الجهات للجامعة ولشروعاتها المستقبلية ، وللدور الذى تقوم  
به فى خدمة المجتمع حتى يتحقق للجامعة الدعم المالى الذى يساعدها  
على أداء رسالتها .

#### ٩ - استقبال الأساتذة الأجانب :

لا شك ان التجربة التى يمر بها الأستاذ الجامعى فى الأسبوع الأول  
من وصوله الى دولة أخرى للعمل فى إحدى جامعاتها هى من الأحداث  
الهامة التى تظل عالقة بذهنه طوال حياته . حقيقة قد تعقبها أحداث  
أخرى مبهجة أو مؤلمة لكنها مع ذلك تظل باقية ومؤثرة وان خفت حدة  
تأثيرها أو زادت تبعاً لما يتلوها . ولذلك كان من الضرورى أن تهتم  
الجامعات باستقبال الأساتذة الأجانب ، وتدبير أماكن الإقامة المؤقتة  
لهم ، ومساعدتهم على التكيف مع الظروف الجديدة التى انتقلوا اليها ،  
ومتابعة مشكلاتهم الناتجة عن هذا الانتقال وخاصة فيما يتعلق بالمجتمع  
الذى جاءوا اليه ، وحل هذه المشكلات بالسرعة المناسبة .

---

(٧) ابراهيم امام (كتور) فن العلاقات العامة والاعلام ، الطبعة  
الثانية ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٦٨ م .



## ١٠ — متابعة المعاملات والجراءات الادارية للأساتذة :

من المؤسف أن تتحول طاقة الأستاذ الجامعي من العطاء العلمي الى متابعة أوراق السفر أو صرف المكافآت أو البدلات أو غيرها من المستحقات أو أن تبدد جهوده بين متابعة المحاضرات والأبحاث والاعداد لاجراءات ادارية معقدة لاعتماد الدرجة التي رقى اليها ، أو الحصول على موافقة للاشتراك في مؤتمر علمي ، أو غير ذلك من المعوقات التي تصرف الأستاذ الجامعي عن أداء واجبه على الوجه الأكمل .

## ١١ — السمعة الطيبة :

السمعة الطيبة لأي فرد أو منظمة ليست وليدة اليوم أو الأمس ، وليست انعكاسا لحدث هنا أو هناك ، وانما هي عمل مخطط ومنظم ومستمر . والعلاقات العامة وهي تسعى الى تحقيق السمعة الطيبة تعتمد على التأثير المتراكم Cumulative Effect للأنشطة والبرامج التي تنفذها لتحقيق أهداف بعيدة ومتوسطة وقصيرة . وإذا كان من اليسير تقويم الأنشطة الانتاجية للسلع والخدمات الملموسة أو المنظورة Tangible فليس ذلك حال أنشطة العلاقات العامة التي تسير في مجال غير منظور Intangible هو مجال الآراء والاتجاهات والمعنويات بصفة عامة (٨) .

وهذا يوضح صعوبة تحقيق هذا الهدف الذي يعتمد بصفة أساسية على تضافر الجهود المختلفة داخل الجامعة لاقامة أسس البناء الجامعي على دعائم ثابتة داخليا ، والانطلاق بعد ذلك الى المجتمع الخارجى من خلال الاتصال المباشر بصورة المختلفة ، والاتصال غير المباشر عن طريق الوسائل الجماهيرية لتكوين صورة الجامعة في أذهان الجماهير .

والذى لا شك فيه أن تحقيق الأهداف العشرة السابقة يساهم في

---

(٨) على عجوة (دكتور) : المرجع السابق ص ٢٠٩ .

(م ٧ — العلاقات العامة وقضايا التنمية)

تكوين السمعة الطيبة ، بالاضافة الى ما تحققة الجامعة من انجازات علمية تخدم المجتمع وتحقق له التقدم والرقى ، وتنعكس آثار هذه السمعة مرة ثانية على سير العملية التعليمية ، فالسمعة الطيبة هي التى تجعل الطالب أو الأستاذ يفضل جامعة على أخرى ، والموارد المالية التى تساعد الجامعة على أداء رسالتها سوف تتدفق من مصادر الدعم المختلفة استنادا الى هذه السمعة .

## المبحث الثانى

### جماهير العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالى

يستخدم اصطلاح الجمهور في العلاقات العامة ليشير الى أى جماعة مكونة من فردين أو أكثر تربطهم مصلحة أو أهداف مشتركة . ويتأثر هذا الجمهور ببعض المنظمات القائمة ويؤثر فيها في نفس الوقت ، أى ان وظيفة التأثير ثنائية بين الجمهور والمنظمة . والفرد الواحد ينتسب الى أكثر من جمهور بتعدد الوظائف الاجتماعية التى يمارسها ، ولذلك فان عدد الجماهير لا يمكن حصره برقم معين فهو تقريبا عدد لا نهائى . ومع هذا فانه من الضرورى في العلاقات العامة تحديد أهم الجماهير بالنسبة للمنظمة وأكثر الوسائل فاعلية في الاتصال بهذه الجماهير (٩) .

ونتناول فيما يلى جماهير العلاقات العامة في الجامعات والمعاهد العليا موضحين أهمية كل من هذه الجماهير في تكوين السمعة الطيبة للجامعة .

### أولا - جمهور الطلاب :

يعتبر جمهور الطلاب من أهم الجماهير التى يجب أن تهتم بها

---

(٩) المرجع السابق ص ١٢١ .

العلاقات العامة في التعليم العالي • فاتجاهات الطلاب تنعكس على الاتجاهات العامة للمواطنين بحكم تمثيلهم لجميع فئات المجتمع ، فمنهم من يأتي من الريف ومنهم من يأتي من الحضر ، أو من الحقول ومن المصانع • ومن الطبيعي أن يكون هؤلاء مرآة الجامعة في البيئة التي حضروا منها ، فإذا كانت تجربتهم مريرة فسوف يظهرون ذلك أيضا بين مواطنيهم •

ولذلك ينبغي أن تقوم الجامعة ببث الغيرة والمسئولية بين طلابها ليكونوا خير سفراء لها في أى مكان يذهبون اليه • ولكي يتحقق ذلك الهدف ينبغي حث الطلاب على المشاركة في البرامج التي تستهدف بث الغيرة والمسئولية في طلاب الجامعة سواء كانت هذه البرامج في اطار النشاط الرياضى أو الفنى أو الاجتماعى بصوره المختلفه • ومن الضرورى أن يشارك في تحقيق هذا الهدف قادة الطلبة ، وأعضاء هيئة التدريس ، وإدارة الجامعة •

ومن أهم وسائل هذه المشاركة أن يكون للطلاب صوت في معظم المجالس الجامعية • وقد بدأ هذا الاتجاه ينتشر في الجامعات الأمريكية في أواخر الستينات • وقد اقترحت الرابطة القومية لجامعات الولايات والمعاهد العليا الأمريكية في عام ١٩٧٠ م ، أن تتاح الفرصة للمشاركة الطلابية في اقرار سياسة الجامعة والقرارات الخاصة بالمناهج كوسيلة فعالة لتخفيف حدة حركات الرفض الطلابية (١٠) •

#### ثانيا - الادارة وأعضاء هيئة التدريس :

يعتبر عمداء الكليات وأعضاء هيئة التدريس من أهم مصادر الأخبار بالجامعة • ومن الضرورى أن يعمل أعضاء هيئة التدريس بأى كلية كفريق متكامل كمنطلق لأى برنامج ناجح للعلاقات العامة • ومن الطبيعي أن

---

(10) Cutlip and Center : op. cit., p. 599.

يكون عميد الكلية أو رئيس الجامعة بحكم منصبه ومكانته قائدا لهذا الفريق ، ومن ثم فإن الشخصية القوية لكل منهما ضرورية لاضفاء الهيئة على ذلك القائد ، وكسب ثقة الجمهور فيه . كما ان حساسية هذا العميد أو رئيس الجامعة وادراكه لأهمية العلاقات العامة يساهم بلا شك في تنمية الاهتمام بها على المستوى العام للجامعة .

وقد أصبح من المألوف الآن أن يؤخذ في الاعتبار عند ترشيح رئيس الجامعة قدرات المرشحين في مجال الاتصال والتفاهم مع الآخرين أى في مجال العلاقات العامة . وأصبح تعريف ادارة الجامعة المنبثق عن رؤساء جامعات الولايات المتحدة الأمريكية في عام ١٩٦٩ م ، يعنى الاتصال بين مختلف الجماعات التى لها صلة بالعملية التعليمية داخل الجامعة . ولم يكن غريبا بعد ذلك أن تكون الجامعات التى تحقق قدرا كبيرا من النجاح فى التغلب على المشكلات المتعلقة بادارة الجامعة هى تلك التى تستطيع أن تبقى قنوات الاتصال مفتوحة بين مختلف الجماعات التى لها صلة بالعملية التعليمية<sup>(١١)</sup> .

كما ان عضو هيئة التدريس يلعب دورا هاما فى تكوين الصورة الطيبة عن الجامعة من خلال المجهود العلمى الذى يبذله ، والنصائح والتوجيهات التى يقدمها لطلابه ، والبحوث التى ينجزها وكل ما تجود به مواهبه فى سبيل الخدمة العامة . كما ان العاملين على مختلف المستويات الادارية بالجامعة يساهمون فى تكوين هذه الصورة من خلال الأداء الحسن الذى يتسم بروح الود والصدقة .

ولكى يتحقق هذ الأداء الحسن ينبغى أن تتوافر لدى أعضاء هيئة التدريس والعاملين على مختلف المستويات الادارية معلومات كافية عن سياسات الجامعة وبرامجها ومشكلاتها . وهذا يتطلب ضمان تدفق المعلومات على المستوى الداخلى بشكل مستمر .



### ثالثا - المجتمع المحلى :

من الضرورى أن يتضمن برنامج العلاقات العامة بالجامعة اهتماما خاصا بال جماهير الخارجية التى ينبغى الاتصال بها ، والتأثير فيها لكسب ثقتها . والتعرف على مشاكلها والمساهمة فى تحقيق الرخاء والرفاهية لها ومن ناحية أخرى فان الجماهير التى تكون المجتمع المحلى يمكن ان تمد يد العون للجامعة اذا اتيح للمواطنين أن يعبروا عن آرائهم فى سياسات الجامعة التى تؤثر بشكل مباشر عليهم •

### رابعا - أولياء الأمور :

ويمثل أولياء أمور الطلاب نواة طبيعية لتأييد الجامعة • ولذلك يكون الاتصال بهم مثمرا اذا حصلوا على معلومات كاملة عن انجازات الجامعة وسياساتها ومشروعاتها المستقبلية • وكذلك ان تحسن الجامعة الاستماع الى آراء أولياء الأمور ، وتناقشها بهدف الاستفادة منها عند تخطيط السياسات الجديدة أو تعديل السياسات القائمة • وينبغى أن تكون هناك بعض الأنشطة الترفيهية التى يشترك فيها أولياء الأمور مع الطلاب والأساتذة والإداريين فى بعض المناسبات والاحتفالات التى تقيمها الجامعة ومن بينها بالطبع احتفالات التخرج •

### خامسا - الخريجين :

تقيم معظم الكليات جمعيات للخريجين يكون هدفها الأساسى تنمية الولاء والشعور بالانتماء للكلية والجامعة التى تخرجوا منها • ويعتبر جمهور الخريجين أهم الجماهير الخارجية للجامعة بما يمكن أن يقدمه لها من ذكر حسن فى كل مكان • كما ان للخريجين دورا فعالا فى زيادة الدعم والتأييد للجامعة اذا كانت معلوماتهم عنها متجددة باستمرار • ومن أجل هذا تحرص الجامعات الأمريكية على ضمان تدفق الاتصال مع جمهور الخريجين وترسل اليهم المجلات الخاصة بهم بانتظام •

وقد ظهرت أهمية الاتصال بهذا الجمهور بشكل واضح في الأزمات والاضطرابات التي وقعت في الجامعات الأمريكية ( في أواخر الستينات • فقد كان من الضروري أن يقف الخريجون على حقيقة ما حدث في جامعاتهم • وهذا ما فعلته جامعة كورنيل Cornell University حينما بعثت بمائة وخمسة عشر ألف نسخة من صحيفتها الى خريجيها وإلى الشخصيات ذات الأهمية الخاصة بالنسبة لها (١٢) •

ومن المفيد أن تقوم إدارة العلاقات العامة بالجامعة بالتعاون مع الخريجين بإصدار مجلة للخريجين تكون وسيلة للاتصال بين الجامعة وخريجيها ، وإذا كانت الموارد المالية لا تسمح بذلك فينبغى أن يخصص ركن ثابت في صحيفة الجامعة للخريجين وتكون الفائدة في هذه الحالة مزدوجة حيث تتحقق الرابطة بين طلاب أمس وطلاب اليوم •

### سادسا - رجال الاعلام :

تبرز أهمية رجال الاعلام بالنسبة لكافة المنظمات والمؤسسات الخاصة والعامة وكذلك بالنسبة للشخصيات العامة للدور الذي تقوم به وسائل الاعلام في تكوين الرأي العام وتشكيل الاتجاهات نحو فرد معين أو مؤسسة معينة • ولما كانت الجامعات والمعاهد العليا من أهم المؤسسات العامة التي تشغل الرأي العام فمن الضروري تنمية العلاقات مع رجال الاعلام ، وتوطيد الصلات المستمرة بهم ، واعدادهم بالمعلومات الصحيحة ، والاجابة على أسئلتهم واستفساراتهم بالنسبة للموضوعات المختلفة ، ودعوتهم لحضور الاحتفالات ، والمؤتمرات ، والندوات ، والمحاضرات العامة ، وكافة الأنشطة التي تمارسها العلاقات العامة في الجامعة ، وكذلك عند افتتاح منشآت جديدة أو تنفيذ مشروعات تتعلق بخدمة المجتمع المحلي •

## سابعا — الجماعات المهنية والشركات والهيئات الحكومية :

تهتم كل جماعة مهنية بالتطور الذى يحدث فى الجامعة فى نطاق تخصصها سواء كان ذلك من حيث المناهج ، أو البحوث ، أو حجم الخريجين المرتقب . ومستواهم العلمى • وتنعكس الصيرة الطيبة للجامعة على هذه الجماعات فيصبح التعاون ممكنا بين الطرفين فى مجال تدريب الطلاب وتشغيل الخريجين • هذا بالإضافة الى التطبيق العلمى للبحوث التى تجريها الجامعة فى التخصصات المختلفة حتى لا تظل هذه البحوث حبيسة المكتبات وتضيع الفائدة المتوقعة من اجرائها •

كما ان التعاون مع الشركات والهيئات الحكومية يضمن للجامعة الدعم المالى الذى يشكل نسبة كبيرة من موارد الجامعات • بالإضافة الى أن كسب ثقة هذه الجهات يفتح آفاق العمل أمام الخريجين المتخصصين ، ويحقق وضع الخريج المناسب فى المكان المناسب • كما تتيح بعض الشركات والهيئات الحكومية فرص التدريب العلمى للطلاب • والذى أصبح عنصرا أساسيا فى مواد بعض الأقسام ولا يكتمل بدونه اعداد الطالب اعدادا صحيحا •

## المبحث الثالث

### ادارة العلاقات العامة فى مؤسسات التعليم العالى

ينقسم هذا المبحث الى قسمين رئيسيين الأول يتناول مكانة ادارة العلاقات العامة فى الهيكل التنظيمى ، والثانى يدرس تنظيم هذه الادارة :

#### أولا : مكانة ادارة العلاقات العامة :

أوضح البحث أن العلاقات العامة فى الجامعة أو المعهد تأتى فى مقدمة أعمال رئيس الجامعة وعميد الكلية أو عميد المعهد ويشارك فى هذه المسئولية أعضاء هيئة التدريس والاداريون من خلال الأداء الطيب وتنمية

روح المسؤولية بين الطلاب .. كما ان الطلاب أنفسهم وهم الهدف من العملية التعليمية ، وكذلك الخريجين يمارسون دورا كبيرا في دعم الانتماء للجامعة ، والولاء لها ، ويكمل هذا النسيج الاجتماعي بوجود ادارة متخصصة للعلاقات العامة تضم المهارات والكفاءات المتنوعة لتحقيق عمليات الاتصال المزدوج بين ادارة الجامعة وجماهيرها النوعية التي أشرنا اليها ، مستخدمة في ذلك الأساليب العلمية في انتاج المواد الاعلامية ، واجراء البحوث التي تستهدف التعرف على آراء الجماهير واتجاهاتها . وتقوم هذه الادارة أيضا بتخطيط وتنفيذ الأنشطة الرامية لكسب رضا الجماهير وتفاهمها (١٣) .

وقد أصبح من المتعارف عليه علميا بين خبراء العلاقات العامة واعلامها البارزين ان يرأس ادارة العلاقات العامة شخص يتمتع بسلطات واسعة يحمل لقب نائب الرئيس للعلاقات العامة (١٤) ولا يخفى ان مثل هذا المنصب يرفع ادارة العلاقات العامة الى أعلى المستويات الادارية فتتحقق لها صلاحيات أكبر ، وسلطات أقوى لتوجيه الادارات الفرعية واضفاء لمسات العلاقات العامة على أنشطتها (١٥) .

ومن الضروري أن يكون الإقتناع بأهمية العلاقات العامة وفهم وظائفها ومجالاتها ، من أهم المقومات الأساسية لمن يشغل مسؤولية هذا المنصب . فلا يكفي ان تتبع ادارة العلاقات العامة أعلى المستويات الادارية بغض النظر عن اقتناع هذا المسئول أو عدم اقتناعه بأهمية العلاقات

---

(13) Hammond George : **Public Relations Counseling**. (in Stephenson. Howard (Editor) : **Handbook of Public Relations**.) McGraw-Hill Book Company Inc.. New York 1960.

(14) Prout Charles H.. **How to Organize and Run A Corporate Public Relations Department**. **Public Relations Journal**. February 1962. p. 22.

(15) Robinson, Edward : **Communication and Public Relations**. Charles E. Meril Books Inc.,



العامة • فقد اثبتت دراسه ميدانية أجريت في مصر أنه رغم تبعية ادارة العلاقات العامة لأعلى المستويات الادارية الا أن مفهومها ووظائفها ومجالات نشاطها تتعرض لخلط واضح ، ولا تخضع لدرجة كافية من التنظيم ولا تتوافر لها الامكانيات المادية والبشرية والفنية (١٦) •

وتتبع أهمية رفع مكانة ادارة العلاقات العامة في أى مؤسسة من المؤسسات من ثلاث اعتبارات :

أولها — انها الادارة المتخصصة في الاتصال والمسئولة عن مساعدة الادارات الأخرى على التعامل المتسم بروح الود والألفة مع الجماهير التي تتعامل معها •

وثانيها — ان ادارة العلاقات العامة لا يقف دورها عند المساعدة فقط ولكنه يمتد أيضا الى مراقبة الادارات الأخرى ، حتى لا يحدث ما يتناقض مع أنشطة العلاقات العامة أو يقلل من فعاليتها •

وثالثها — ان تقارير ادارة العلاقات العامة حول علاقات المؤسسة بجماهيرها النوعية واتجاهاتها لابد أن تؤخذ في الاعتبار عند وضع السياسات أو تعديلها بما يتفق وتحقيق التوازن بين مصلحة المؤسسة ومصالح الجماهير التي تتعامل معها (١٧) •

### ثانيا : تنظيم ادارة العلاقات العامة :

لا يوجد تنظيم نمطى ثابت لادارة العلاقات العامة في المؤسسات العامة أو الخاصة • فهناك عوامل متعددة تتعلق بحجم المؤسسة وطبيعة أنشطتها وأهدافها والجماهير التي تسعى الى كسب تأييدها •• ولكن

---

(١٦) سمير محمد حسين : دكتور : ادارة العلاقات العامة في مصر ، دراسة ميدانية ، القاهرة ، مؤسسة دار الشعب ١٩٧٥ ص ٢١ وما بعدها .  
(١٧) محمد محمد البادى : دكتور : البنيان الاجتماعى للعلاقات العامة ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ١٩٧٧ • ص ٩ •

ينبغي التأكيد على جودة التنظيم لتحقيق الاستفادة الكاملة من الأفراد والموارد المتاحة لإدارة العلاقات العامة ..

ومن الضروري أن تتحقق المرونة الكاملة في التنظيم بحيث يسمح باستخدام الأفراد الذين لا يعملون في وقت معين في قسم آخر غير الذي يعملون فيه ، حتى لا يزدحم أحد الأقسام بالعمل في حين يغط قسم آخر في سبات عميق (١٨) .

وعلى الرغم من أن أسلوب تنظيم إدارة العلاقات العامة يختلف من مؤسسة إلى أخرى للأسباب التي أشرنا إليها ، فإن التشابه الكبير بين طبيعة مؤسسات التعليم العالي يجعلنا نقترح نموذجاً عاماً لما ينبغي أن يكون عليه تنظيم إدارة العلاقات العامة في الجامعات .. ويضم هذا النموذج ستة أقسام رئيسية هي : قسم الخدمات الإعلامية ، وقسم المطبوعات الجامعية ، وقسم النشاط الداخلي ، وقسم الاستقبالات ، وقسم الاتصال بالمجتمع المحلي ، وقسم الشؤون الإدارية والمالية .. ويمكن أن يندمج بعض هذه الأقسام أو يتجزأ البعض الآخر ، كما يمكن أن يزيد عدد الأفراد العاملين بكل قسم منها أو يقل حسب حجم الجامعة ، وامكاناتها المالية ، وتنوع التخصصات بها ، وكذلك ظروف المجتمع الذي تخدمه ، ولكن الأساس الذي يستند إليه النموذج هو تكامل الوظائف الأساسية التي تحقق أهداف العلاقات العامة في التعليم العالي ، ومن ثم يتحتم أداء هذه الوظائف بغض النظر عن حجم الإدارة أو أسلوب تنظيمها .

وتتضح هذه الوظائف من تحليلنا لمهام هذه الأقسام التي يتضمنها النموذج المقترح .

## ١ - قسم الخدمات الاعلامية :

ينبغي أن تضم إدارة العلاقات العامة بالجامعة قسما للخدمات الاعلامية تكون مسئوليته الأولى اعلام جماهير الجامعة الداخلية والخارجية بما يجرى داخل الكليات والادارات المختلفة ، ويقوم هذا القسم بجمع الأخبار وتوزيعها على وسائل الاعلام الداخلية والخارجية ، ومن الضروري ان يكون للجامعة صحيفتها الأسبوعية أو النصف شهرية على أكثر تقدير . وبعض الجامعات تصدر صحيفة يومية كما هو الحال في جامعة ولاية ميتشجان Michigan State University التي تملك أيضا محطة اذاعية يرجع تاريخها الى نشأة الاذاعة حيث بدأت ارسالها في عام ١٩٢٢ م ، بالاضافة الى محطة تليفزيون يتم تمويلها من التبرعات ، ولا يسمح فيها بالاعلانات التجارية التي تعتمد عليها محطات التليفزيون الأمريكية (١٩) .

## ٢ - قسم المطبوعات الجامعية :

ويضم هذا القسم محررين ومصممين لاعداد الكتيبات ، والنشرات ، والكتب ، والدليل العلمى ، وغير ذلك من المطبوعات ، وتلحق بهذا القسم أيضا شعبة للمعلومات يشرف عليها أخصائى متمرس في عملية الحفظ والتوثيق .

## ٣ - قسم النشاط الداخلى :

ويختص هذا القسم بالاعداد للحفلات والاشراف عليها ، وتنظيم الندوات ، والمحاضرات العامة ، والمعارض الفنية والعلمية ، ويقوم هذا القسم أيضا بتنظيم الرحلات والمسابقات الرياضية الثقافية ، وغير ذلك من الأنشطة التي تهدف الى الترفيه عن العاملين ورفع الروح المعنوية بينهم .

#### ٤ - قسم الاستقبالات :

يجب أن تخصص الادارة قسما للاستقبالات يتولى استقبال الوفود الزائرة والأساتذة القادمين من خارج البلاد ، ويسهر على راحتهم وتذليل العقبات التي تواجههم .. وتبرز أهمية هذا القسم في الجامعات التي تعتمد اعتمادا كبيرا على الأساتذة الأجانب .. وفي هذه الحالة يحتاج قسم الاستقبالات في أول العام الجامعي الى دعم اضافي في الأفراد الذين يقومون بهذه المهمة ويمكن ان يساعد في ذلك أفراد قسم النشاط الداخلي بالاضافة الى ممثلين عن كليات الجامعة .

#### ٥ - قسم الاتصال بالمجتمع المحلي :

وهو من الأقسام الجديدة التي ألحقت بإدارات العلاقات العامة في النصف الثاني من هذا القرن (٢٠) وتتبع فكرة هذا القسم من فلسفة مؤداها ان آثار أنشطة الفرد أو المنظمة تتعدى حدود المجتمع الذي يتعامل معه مباشرة الى المجتمع الكبير ، ومن ثم فانه لا بد أن يكون لسلوك هذا الفرد أو المنظمة مغزى اجتماعيا (٢١) .

ولكى يتحقق هذا المغزى الاجتماعي لا بد أن يكون بين أفراد ادارة العلاقات العامة بالجامعة من يستطيع توجيه النصيح لإدارة الجامعة فيما يتعلق بالتعامل مع المجتمع المحلي ، وإمداده بالمعلومات الكافية عن مشروعات الجامعة في هذا السبيل ، من خلال وسائل الاعلام الخارجية (٢٢) .

---

(20) Lesly, Philip : **Public Relations Handbook**. Prentice-hall Inc., Englewood Cliffs N. J. 1971 pp. 21-25.

(21) Simon Raymond : **Perspectives in Public Relations**. University of Oklahoma Press, Norman, Oklahoma 1966. p. 54.

(٢٢) حديث مع روبرت برن Robert Perrin نائب رئيس جامعة ولاية ميتشجان للعلاقات الجامعية والفيدرالية في ١٨ يونيو ١٩٧٦ بمكتبه في الجامعة .



## ٦ - قسم الشؤون الادارية والمالية :

ولكى تؤدى أقسام العلاقات العامة وظائفها على أكمل وجه تخصص معظم الادارات قسما مستقلا للشؤون الادارية والمالية ، تكون مسئوليته الأساسية امداد الأقسام الفنية بالمعدات والأدوات التى يتطلبها العمل الفنى (٢٣) .

أما وظيفة البحوث التى ينبغى أن يخصص لها قسم قائم بذاته ، فقد درجت معظم الجامعات على اسنادها الى أحد أقسام الجامعة التى تعمل فى نطاق البحوث النفسية أو الاجتماعية أو بحوث الاعلام (٢٤) .

وينبغى أن تشكل لجنة لاقتراح البحوث واجرائها ، ويكون من بين أعضائها مدير العلاقات العامة ، وتتبع نائب رئيس الجامعة للعلاقات العامة .

وأما عن عملية التخطيط وهى أساس العمل العلمى فينبغى أن تقوم بها لجنة يرأسها نائب رئيس الجامعة للعلاقات العامة وتتضم ثلاثة على الأكثر من أساتذة الجامعة الذين لهم صلة بالدراسات السلوكية والاجتماعية والاعلامية ، بالإضافة الى مدير العلاقات العامة التنفيذى الذى يدير الادارة تحت اشراف نائب رئيس الجامعة للعلاقات العامة . ويقوم بعملية التنسيق بين أقسام الادارة المدير التنفيذى مستعينا برؤساء الأقسام .

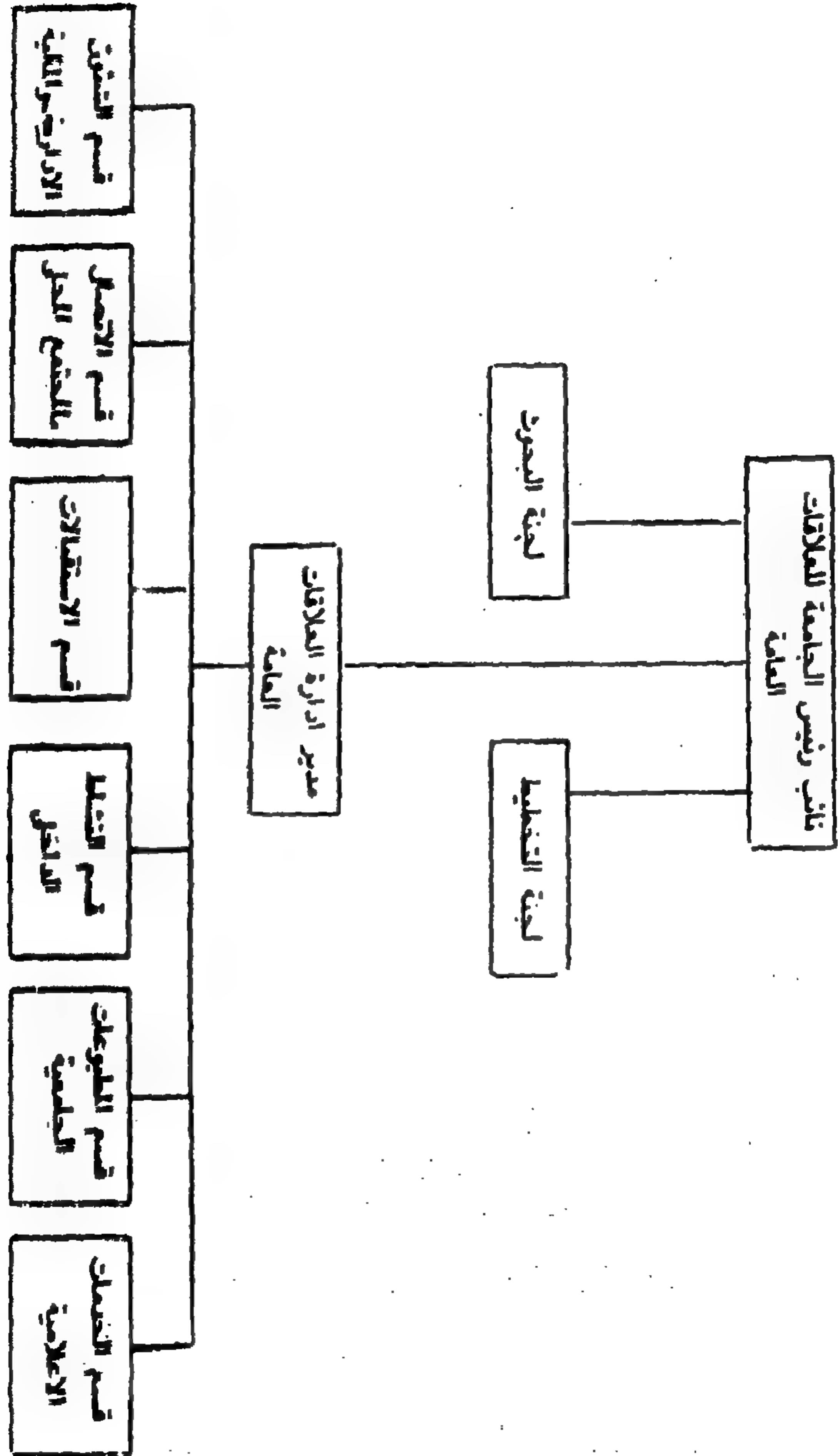
بقيت كلمة أخيرة عن الجامعات التى لا تتركز كلياتها فى مدينة واحدة فيقترح الباحث أن تكون الادارة بأقسامها الانتاجية التى تعتمد على آلات وأجهزة مكلفة فى المقر الرئيسى للجامعة ، بالإضافة الى

---

(٢٣) على عجوة ( دكتور ) : المرجع السابق ص ٤٣ .

(٢٤) المرجع السابق : ص ٣٨ - ٣٩ .

الأقسام الأخرى التى تكوّن النموذج العام المقترح .. ويضاف الى هذه الأقسام قسم آخر فى مقر فرع الجامعة ( أو أكثر حسب عدد الفروع ) لتابعة الأنشطة اليومية فى الفرع .. والمقررة فى خطة العلاقات العامة للجامعة ضمن اطار الأنشطة الداخلية : والاستقبالات ، وجمع المعلومات وارسالها الى المقر الرئيسى . وتقديم العون لوسائل الاعلام الجماهيرية فى تغطية أخبار الفرع . ويتلقى هذا القسم المطبوعات التى تطبع فى المقر الرئيسى وكذلك الصحيفة أو المجلة التى تصدر عنه ويقوم بتوزيعها بين الجماهير المعنية .



شكل رقم ١١ : النموذج المقترح لتنظيم ادارة العلاقات العامة

### خاتمة

لقد وضح ببالا يدع مجالا للشك أن العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي تتزايد أهميتها يوما بعد يوم نتيجة للمشكلات التي تواجه المجتمع الجامعي ، والتي أشرنا الى أكثرها شيوعا في النصف الثاني من القرن العشرين . . . وقد حددنا أهداف العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي في ضوء المفهوم العلمي لهذه الوظيفة ، واستنادا الى تحليلنا للمشكلات التي تواجه التعليم الجامعي .

كما تتناول البحث بالدراسة والتحليل الجماهير المؤثرة والمتأثرة بنشاط العلاقات العامة في المجتمع الجامعي ، فأوضح دور الطلاب ، والادارة . . . ، والأساتذة ، والخريجين في تعميق الاتصال بأولياء الأمور والمجتمع المحلي ، ورجال الاعلام ، والجماعات المهنية والشركات والهيئات الحكومية لرسم صورة طيبة للجامعة في أذهان الجماهير .

ولما كانت ممارسة هذه المهنة تحتاج الى سلطات قوية وصلاحيات واسعة ، وتتناول مجالات متعددة ومتنوعة ، فقد كان من الضروري أن نتعرف على وضع ادارة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي لمؤسسات التعليم العالي .

وقد أثبت هذا البحث ضرورة رفع ادارة العلاقات العامة الى أعلى المستويات الادارية بالاضافة الى أهمية اختيار المسئول الأول فيها من بين المتفهمين لطبيعة هذه الوظيفة ودورها المتميز في مؤسسات التعليم العالي .

وقد أضاف البحث الى ما تقدم نموذجاً لتنظيم ادارة العلاقات العامة في مؤسسات التعليم العالي ، آخذا في الاعتبار طبيعة هذا المرفق والجماهير المتأثرة بنشاطه . . . ولقد تحققت في هذا النموذج



المقترح المرونة الكاملة التي تسمح بدمج بعض الأقسام أو تجزئة البعض الآخر بما يتفق وحجم الجامعة ، وامكانياتها المالية ، وتنوع التخصصات بها ، بالإضافة الى ظروف المجتمع الذى تخدمه .

وختاما لهذا البحث .• يرى الباحث ضرورة أن يقوم رئيس الجامعة بعقد مؤتمرات سنويا للأساتذة ، ومثلها للطلاب ، يكون أولهما فى الربع الأول من العام الدراسى ، والثانى فى الربع الأخير منه ، بهدف التعرف على مشكلات الأساتذة والطلاب ، والاستماع الى الاقتراحات البناءة وتحديد سياسة الجامعة بما يتفق واتجاهات الجماهير المعنية .

كما يرى الباحث أن يقوم عميد الكلية أو المعهد بنفس العمل فى الكلية أو المعهد الذى يرأسه فى موعد سابق على مؤتمر رئيس الجامعة .

وأخيرا .• يؤكد الباحث ضرورة أن يقوم كل استاذ فى نهاية الفصل الدراسى بالتعرف على اتجاهات الطلاب نحو المادة التى يقوم بتدريسها ، وطريقة تقديم المادة ، وأسلوب الاختبار فيها ، وان يدرس ملاحظاتهم بعناية تنعكس على أدائه فى الفصل الدراسى التالى .

ومما لا شك فيه ان هذه التوصيات الثلاث اذا تحققت على النحو الأمثل فسوف تدعم دور العلاقات العامة فى مؤسسات التعليم العالى .

كما أنها ستحقق التفاهم المشترك بين الادارة والطلاب وأعضاء هيئة التدريس .• وسوف تضمن المزيد من التعاون الخلاق والأداء الفعال لتحقيق أهداف التعليم العالى ، وتأكيد دوره الإيجابى فى خدمة المجتمع .

## مراجع البحث

### أولا : كتب عربية ومعربة :

ابراهيم امام ( دكتور ) : فن العلاقات العامة والاعلام ، الطبعة الثانية ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٦٨ .

سمر محمد حسين ( دكتور ) : ادارة العلاقات العامة في مصر ، دراسة ميدانية ، القاهرة ، مؤسسة دار الشعب ١٩٧٥ .

شرام ، ويلبور : اجهزة الاعلام والتنمية الوطنية ، دور الاعلام في البلدان النامية ، ترجمة محمد فتحى ، القاهرة ، الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر ١٩٧٠ .

على عجوة ( دكتور ) : الأسس العلمية للعلاقات العامة ، الطبعة الثانية ، القاهرة ، عالم الكتب ١٩٧٨ .

محمد محمد البادى ( دكتور ) : البنيان الاجتماعى للعلاقات العامة ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ١٩٧٧ .

### ثانيا : كتب اجنبية :

Black, Sam : Pratical Public Relations. Forth edition Sir Issac Pitman and Sons LTD London 1976.

Cutlip, Scott, and Center, Allen : Effective Public Relations. Forth edition, prentice Hall Inc., Englewood Cliffs, New Jersey 1971.

Griswold, Glenn and Griswold, Denny : Your Public Relations. Magazines of Industry Ins., New York 1948.

Hammond, George : Public Relations Counseling (In Stephenson, Howard (edition) : Handbook of public relatios. McGraw-Hill book company inc. New York 1960.

Lesly, Philip : Public Relations Handbook Prentic hall Inc., Englewood cliffs N. J. 1971.

**Marston, Jhon : The Nature of Public Relations McGraw-Hill book company, inc. New York. 1963.**

**Prout, Charles H. : How to Organize and Run a Corporate Public Relations Departement. Public relations Journal, February, 1962.**

**Robinson, Edward : Communication and Public Relations. Charles E. Merril books inc., Colombus, Ohio, 1966.**

**Simon, Raymond : Perspectives in Public Relations. University of Oklahoman press, Norma Oklahoma 1966.**





الدراسة الرابعة  
العلاقات العامة  
وقضايا الشباب في مصر



## مقدمة :

استطاع الانسان أن يطور حياته الاجتماعية البدائية الى حياة حضارية مرنة من خلال كفاحه المبرر مع البيئة الطبيعية والوسط الاجتماعي . وانتقل خلال ذلك الكفاح من عصور تتسم بالبطء الشديد الذى يكاد يشبه الجمود ، الى عصور تميز فيها سلوك الانسان بالتنوع والتغير ، حتى وصل الى هذه المرحلة التى تشهد فى كل يوم تغيرات سريعة متلاحقة .

=

ولقد بدا المجتمع فى بداية هذا العصر ، ونتيجة للتغيرات السريعة التى حدثت فى بعض المجتمعات أشبه بالعالم المفقود ، حيث كان الناس كالغرباء أو الضائعين فى بيئة غامضة تكتنفها الصعاب ، ولا تعترف الا بالمقاييس المادية النفعية والمصالح الانانية وقد أدركت هذه المجتمعات أهمية العلاقات العامة فى توثيق أواصر المودة والثقة بين عناصر المجتمع ، وتنمية الاحساس بالمسئولية ، واعادة الضمير الانسانى الى النشاط الاجتماعى ، بحيث يمكن القول ان العالم المفقود قد رد مرة أخرى أو ان المجتمع على أقل تقدير قد عاد الى صوابه (١) .

ولم يكن ادراك هذه المجتمعات لدور العلاقات العامة فى تحقيق التوافق والانسجام بين أفراد المجتمع وهيئاته ومؤسساته المختلفة من الأمور اليسيرة .

فقد شهدت هذه المجتمعات انقسامات حادة ، وصراعات مريرة حتى وصلت الى مرحلة اليقين الكامل بأن تنهض مؤسساتها ومنظماتها المختلفة بمسئوليتها الاجتماعية فى ظل الأوضاع الجديدة والمتغيرة ، لبناء علاقات سليمة مع جماهيرها ، ولتحقيق التكيف بين قطاعات المجتمع المختلفة (٢) .

وقد شهد المجتمع المصرى بعد سنوات قليلة من بدء سياسة الانفتاح الاقتصادى حالة الفقران التى مرت بها بعض المجتمعات خلال اندفاعها الى المرحلة المادية الانانية .

فضعفت الروابط الاجتماعية ، وتضاءل الاحساس بالانتماء الى مجتمع متكامل ، خاصة بين أولئك الذين أغرتهم المكاسب المادية ، وأفقدتهم الشعور الوطنى فاندفعوا لتحقيق الأرباح غير المشروعة متجاهلين مصالح الجماهير وملحقين بها أبلغ الأضرار .

وظهرت نتيجة لذلك الطبقة الرأسمالية الجديدة فى صورة أبشع وأكثر ضراوة من تلك الطبقة التى كان يشار اليها بمجتمع النصف فى المائة قبل ثورة ٢٣ يوليو سنة ١٩٥٢ . واستطاعت هذه الطبقة مع من لحق بها من بقايا الطبقة السابقة أن تزرع احساسا بطغيان المادة على كل شئ ، وهو ما جعل البعض يلهث وراء جمع المال من أسهل الطرق وأبسط المشروعات التى لا تعود على الوطن بأى نفع حقيقى .

ولقد تبين من تحليل الظروف والمتغيرات الاجتماعية فى المجتمعات الرأسمالية المتقدمة ثم فى المجتمعات النامية ان هناك تماثلا بينهما فى أربعة أمور أساسية هى :

عدم النمو المادى السليم للمجتمع ، وعدم النمو المعنوى السليم للفرد ، وعدم التكيف أو التوافق بين المشروعات الصناعية ومجتمعاتها المحلية ، وعدم التجانس بين المصالح الأساسية للمشروعات الصناعية وللعمالين (٣) . وهذا هو ما حدث فى مصر فى أعقاب الأخذ بسياسة الانفتاح ، وان كان هذا لا يعنى بالضرورة ادانة هذه السياسة بقدر ما يعنى السعى لقرشيدها والتخلص من النتائج السلبية التى صاحبت تطبيقها .



### تحديد مشكلة البحث :

إذا كانت العلاقات العامة تهدف الى تحقيق التوافق والانسجام بين أفراد المجتمع وهيئاته ومؤسساته المختلفة ، واستعادة التوازن المفقود في أعقاب التغيرات السريعة والمتلاحقة وصولا الى السلام الاجتماعى ، وتجنب الصراعات والانقسامات الحادة ، فان مسئوليتها أشد خطورة وأكثر أهمية في معالجة مشكلات الشباب في أى مجتمع لما تتميز به هذه الشريحة الاجتماعية من قلق وحيرة ازاء القيم المتصارعة في المجتمع .

وهذا البحث يسعى الى تحديد دور العلاقات العامة في رأب الصدع الذى أحدثته مرحلة طغيان المادة في قيم المجتمع المصرى بين قطاع الشباب .

### منهج البحث :

يعتمد هذا البحث على الدراسة الوصفية باستخدام المنهج التحليلى ، وينقسم الى مقدمة ومبحثين : أولهما لدراسة المشكلات التى تواجه الشباب في مصر ، وثانيهما لدراسة دور العلاقات العامة في مواجهة هذه المشكلات . وتتناول الخاتمة خلاصة البحث وتوصياته العامة .

## المبحث الأول

### المشكلات التى تواجه الشباب في مصر

ناقشت المؤتمرات العلمية التى عقدتها أجهزة الشباب في مصر لمناقشة قضايا ومشاكل مراحل سن الشباب ، وانتهت في أحد هذه المؤتمرات الى تحديد مرحلة الشباب في الفترة السنية من ١٥ — ٢٥ سنة وذلك انسجاما مع المفهوم الدولى لسن الشباب . وقد حددت الهيئة البحثية التى أشرفت على بحث رأى الشباب في برامج المراكز والأندية

في هذه الفترة الزمنية لسن الشباب في المرحلة من ١٥ — ٣٠ سنة باعتبار أن سن الخامسة عشر هو بداية الإدراك العقلي لمجريات الأمور ، وأطلقت نهاية المرحلة الى سن الثلاثين على غير ما هو سائد في معظم الدراسات (٤) .

وقد حدد التعريف الاحصائي الأمريكي هذه المرحلة فيما بين الرابعة عشرة والخامسة والعشرين ، وتمثل الفترة الأولى من هذه المرحلة الالتحاق بالمدرسة الثانوية والرغبة في اتخاذ قرارات مستقلة ، والتفكير في نوع العمل ، أو بمعنى آخر التخلص من مرحلة الطفولة . وتشهد الفترة الأخيرة من مرحلة الشباب نهاية المرحلة التعليمية ، وبداية الاستقرار في العمل ، والتفكير في الزواج أو ربما حدوثه (٥) .

والرأى عندى أنه طالما أن فترة المراهقة غير محددة بفترة عمرية ثابتة في مراحل تطور الانسان ، فهي قد تمتد من الثالثة عشرة الى التاسعة عشرة تقريبا أو قبل ذلك بعام أو عامين أو بعد ذلك بعام أو عامين أى بين ( ١١ — ٢١ سنة ) (٦) فإنه لا ينبغي تجاهل مرحلة ما قبل الخامسة عشر في حدود عامين ، ومرحلة ما بعد الخامسة والعشرين في حدود خمسة عوام .

وتتميز هذه المرحلة من مراحل تطور الانسان بالتغيرات السريعة في النواحي الجسمية والفكرية والتي تنعكس على سلوك الفرد وحالته النفسية واستعداداته لمواجهة المواقف الاجتماعية المتغيرة . وقد أجريت دراسات عديدة لمعرفة المشكلات التي تواجه الشباب في هذه المرحلة . وقد صنف حامد زهران هذه المشكلات كالتالى (٧) :

— مشكلات الصحة والنمو .

— المشكلات الانفعالية .

— مشكلات الأسرة .

— مشكلات المدرسة .

- — المشكلات الاجتماعية .
- — مشكلات المهنة والعمل .
- — المشكلات الجنسية .
- — مشكلات الدين والأخلاق .

وتختلف هذه المشكلات في حداثتها من شباب الى آخر تبعاً للظروف البيئية التي تحيط بكل شباب ، ومدى قيام المؤسسات الاجتماعية بدورها في التوجيه والارشاد السليم الذي يمكن الشباب من التغلب على مشاكل هذه المرحلة . وتأتى في مقدمة هذه المؤسسات الوحدة الاجتماعية الأولى الممثلة في الأسرة ، ثم المدرسة ، فالمؤسسات الدينية ، ومؤسسات رعاية الشباب على اختلاف أنواعها ، ومؤسسات العمل . ويصاحب ذلك كله ويدعمه الدور الذى تقوم به وسائل الاتصال الجماهيرية من خلال المواد والبرامج التى تتناول هذه المشكلات مباشرة أو بشكل غير مباشر .

وقد تناولت دراسات عديدة في مصر هذه المشكلات سواء على مستوى الهيئات أو الأفراد ، وحددت دور المؤسسات المختلفة في تناولها وتقديم الحلول المناسبة لها .

ولكن ثمة مشكلات من نوع آخر تتصف بالعمومية والشمول والتغير من عصر الى عصر كانعكاس لظروف المجتمع وأوضاعه في هذا العصر أو ذلك . وهذه المشكلات هي موضع اهتمام هذا البحث وتركيزه لاقتراح الحلول المناسبة التى ينبغى أن تقوم بها المؤسسات المختلفة وفي مقدمتها وسائل الاتصال الجماهيرية باعتبارها وسائل للعلاقات العامة على المستوى المركزى في الدول النامية (٨) .

**المشكلات الراهنة التى تواجه الشباب في مصر :**

لقد نتج عن الحالة التى أحدثتها مرحلة طغيان المصادة في المجتمع

المصرى فى أعقاب الأخذ بسياسة الانفتاح الاقتصادى عدة مشكلات عامة أُلقت بظلالها الكثيرة على شباب مصر ، فى نفس الوقت الذى تؤثر فيه المشكلات الأخرى المعروفة ذات الصلة بطبيعة هذه المرحلة الشبابية . وهو ما يضاعف من أثر هذه المشكلات بين من تزداد عندهم حدة المشكلات النمطية التى حددها علم النفس . وفيما يلى محاولة لتوصيف هذه المشكلات التى تحتاج الى حلول فعالة .

### أولا : مشكلة الخل الاقتصادى فى المجتمع :

مهما اختلفت الأحكام حول سياسة الانفتاح الاقتصادى فإنه لا يمكن انكار بعض الآثار السلبية التى شوهدت هذه السياسة فى مجال التطبيق على النحو التالى :

١ — اتجاه بعض المشروعات نحو السلع الترفيهية أو الاستهلاكية سريعة العائد دون اهتمام بالمشروعات التى تدفع العملية الانتاجية فى الدولة وتساعد على تحقيق معدلات النمو المطلوبة .

٢ — ظهور بعض المهن والدخول الطفيلية التى ارتبطت بهذه المرحلة وفى مقدمتها الاتجار فى العملة فى السوق السوداء ، وهو ما أدى الى اضعاف العملة الوطنية وتناقص قيمتها .

٣ — انحراف بعض المشروعات فى سبيل الكسب السريع ومخالفتها لأبسط المبادئ الانسانية فى تقديم سلع مخالفة للمواصفات وغير صالحة للاستعمال الآدمى كما هو الحال فى صفقات الأغذية الفاسدة وتزايد ظاهرة الغش التجارى .

٤ — تزايد طبقة التجار الوسطاء مع تزايد الرغبة فى تحقيق الأرباح السريعة أدى الى ارتفاع أسعار السلع بشكل لا تتحمله الدخول العبادية لمعظم فئات المستهلكين .



٥ - مزاحمة هذه المشروعات للمواطنين في الاستفادة من أماكن المسكن الخاص مما أدى الى تعذر حصول الشباب العادى على مسكن مناسب للزواج مع ارتفاع التكاليف المطلوبة .

٦ - مجاراة لظاهرة الربح السريع التى سيطرت على البعض انتشرت علمية بناء المساكن بهدف البيع وليس الايجار ، ولزيادة الأرباح بطريقة خيالية لجأت هذه الفئة الى النصب على المحتاجين سواء كان ذلك عن طريق مخالفة المواصفات أو الاستيلاء على الأموال نهائيا أو لفترات محدودة لاستغلالها فى عمليات تجارية .

٧ - تزايد ظاهرة التهرب من دفع الضرائب للدولة عن طريق التحايل والتزوير ، أو الفساد والرشوة ، وفى الوقت الذى تخسر فيه خزانة الدولة مبالغ كبيرة يمكن أن تستخدم فى التنمية تزايد الدخول غير المشروعة لمن يقدمون تسهيلات كبيرة للمنحرفين والمتهربين .

### ثانيا : مشكلة الخل الاجتماعى :

١ - تراجعت قيمة المناصب القيادية فى المجتمع وتقدمت عليها القوى التى تستحوذ على الأموال وتتحكم فيها ، وأصبح من السهل على هذه القوى فى بعض الأحيان شراء بعض الذمم مما أثر على العدالة التى ينبغى أن يحرص على نشرها أصحاب المناصب القيادية ممن ائتمنوا على رعاية العدالة بين الأفراد .

٢ - تراجعت قيمة المثقفين وقادة الفكر فى المجتمع أمام طغيان العناصر ذات القدرة الاقتصادية . وقد أدى ذلك الى ضعف قدرة الفئة المثقفة على القيام بدورها فى القيادة الفكرية فى بعض الحالات .

٣ - تزايد انتشار ظاهرة الدروس الخصوصية بين طلبة المدارس الحكومية وتضاءل عدد الذين يخلصون فى أداء رسالتهم التعليمية وانخفض تبعاً لذلك المستوى التعليمى فى هذه المدارس بين من لا يملكون

نققات الدروس الخصوصية لأولادهم • وتزايد اقبال القادرين على المدارس الخاصة أو مدارس اللغات وانتفت بذلك عمليا مجانية التعليم •

٤ — انتشرت ظاهرة أداء الخدمة بمقابل في بعض الحالات وأصبح من يدفع أكثر يحظى بابتسامة أكبر وأداء أفضل ، ومن لا يدفع تساء معاملته أو توضع العقبات أمام ما يحتاج اليه من خدمات ما لم تكن له معرفة مباشرة أو غير مباشرة عند الموظف المختص •

٥ — تضاعفت العناية بالأرض الزراعية المصدر الأساسي للأمن الغذائي وتزايدت الهجرة الى المدن الكبرى حيث تنتشر الأعمال الطفيلية والسرقات وأعمال النصب • وقد أدى تزايد الهجرة الى المدن الكبرى الى زيادة العبء على مرافق هذه المدن وانتشار الجرائم (٩) •

٦ — ارتفاع رواتب العاملين في الشركات الاستثمارية لم تقابله زيادة حقيقية ذات قيمة في رواتب العاملين في الدولة • وقد ترتب على ذلك أن أصبح الحد الأدنى للرواتب في بعض هذه الجهات أعلى من الحد الأقصى للرواتب المخصصة للوظائف العليا في الجهات الحكومية المختلفة • وقد ترتب على ذلك ضعف الحافز المادي للعمل عند كثيرين من العاملين في هذه الجهات •

٧ — انتشرت روح الانانية وتقدمت المصالح الخاصة على المصالح العامة في سلوك الأفراد بلا خجل أو استحياء وضعف الاحساس بأهمية الوظائف الحكومية وزاد الاستهتار بمصالح الغير • وقد ترتب على ذلك كله ضعف الاحساس بالانتماء الوطني والقومي •

### ثالثا : مشكلة التطرف الديني :

الدين له أثره الواضح على النمو النفسي والصحة النفسية والعقيدة حين تتغلغل في النفس تدفعها الى سلوك ايجابي ، وتحقق لها الاستقرار ،

والإيمان يؤدي إلى الأمان وينير الطريق أمام الفرد من طفولته ثم عبر  
مراهقته إلى رشده ثم شيخوخته (١٠)

والتربية الدينية السليمة تعتمد على حسن التوجيه من جانب  
المؤسسات الاجتماعية والدينية الشرعية في المجتمع • بينما يؤدي إهمال  
هذه التربية في المؤسسات الشرعية إلى أحد أمرين في غاية الخطورة :

أولهما : الانحراف عن تعاليم الدين الحنيف وما ينتج عن ذلك من  
فساد في الخلق وانحراف في السلوك ، وإهدار للقيم الفاضلة التي  
تتضمنها الأديان •

وثانيهما : وقوع الشباب ضحايا للاتجاهات المتطرفة وفريسة  
سهلة للمتعصبين الذين لا يفهمون لغة الحوار المنطقي الهادف •

وقد شهدت مصر في العقد الأخير من هذا القرن عددا من التنظيمات  
الدينية المتطرفة التي تسعى إلى فرض رأيها بالقوة والعنف • كما شهدت  
البلاد أحداثا طائفية أشعلها بعض المتطرفين دينيا والمتعصبين الذين  
لا يفهمون الروح السميحة للأديان • وهذه ظاهرة غريبة عن المجتمع  
المصري الذي سادته روح الوحدة الوطنية والتسامح الديني عبر  
العصور المختلفة •

وهذه المشكلة لا يمكن النظر إليها من فراغ ، فالصلة وثيقة بين  
ما أسميناه بمرحلة طغيان المادة وانتشار هذه الظاهرة • فالصراع  
النفسي والتوتر الناتج عن الخلل الاقتصادي والاجتماعي الذي اتسمت  
به هذه المرحلة كان من بين العوامل التي ساعدت على ظهور التنظيمات  
المتطرفة ، وانخراط بعض الشباب فيها ، حيث أن حالة عدم التوازن بين  
فكر الفرد والأفراد الآخرين أو البيئة المحيطة به بصفة عامة تخلق نوعا  
من التوتر الذي يخلق بدوره قوى استعادة التوازن (١١) • وقد تكون

هذه الثغرى مشروعه حينما تخاطب العقل وتلجأ الى الحوار ، أو غير مشروعة عندما تستثير السخط والعداء (١٢) .

ومن العوامل التى ساعدت على ظهور التنظيمات المتطرفة فى رأى :  
عدم التصدى السريع والحازم للمنحرفين فى كافة المجالات ، وعدم  
القدرة على فهم القرارات السياسية المفاجئة ، أو عدم القدرة على  
تفسيرها بوضوح كاف للجماهير . وقد ساعد ذلك على اشاعة البلبلة  
وانارة السخط فأصبح المناخ مهيئاً لظهور التنظيمات المتطرفة .

## البحث الثانى

### دور العلاقات العامة فى مواجهة مشكلات الشباب

قدم بول جاريت أحد رواد العلاقات العامة تعريفا لها يقول  
فيه ( ان العلاقات العامة ليست وسيلة دفاعية لجعل المؤسسة أو المنظمة  
تبدى فى صورة مخالفة لصورتها الحقيقية ، وانما هى الجهود المستمرة  
من جانب الادارة لكسب ثقة الجمهور من خلال الأعمال التى تحظى  
باحترامه ) (١٣) .

ورغم عدم وضوح عملية الاتصال — التى هى جوهر العلاقات  
العامة — فى هذا التعريف الا أن أهم ما يميزه عن غيره من التعريفات  
التى قدمت للعلاقات العامة تأكيده على حقيقتين أساسيتين هما :

ان العلاقات العامة ينبغى أن تكون تعبيرا صادقا عن الواقع ،  
كما أنها لا بد أن تسموا بأعمالها الى الدرجة التى تحظى باحترام الجمهور .

فاذا كان الواقع سيئا أو تشويه بعض الشوائب فينبغى تنقية هذا  
الواقع وتدارك ما به من أخطاء بدلا من محاولة اخفائها أو تزييف الواقع  
بكلمات معسولة سرعان ما يزول أثرها وينكشف زيفها . كما ينبغى أن  
تسهم العلاقات العامة فى مواجهة المشكلات التى تؤثر على الجمهور



من خلال الأعمال البباسة والجهود الحقيقية الهادفة التي تحقق الرضاء والرفاهية للمجتمع .

ولقد تبين من دراسة مشكلات الشباب في المجتمع المصري أن الخلل الاقتصادي والاجتماعي الذي أحدثته مرحلة طغيان المادة قد خلق نوعا من التوتر والصراع بين قيم المجتمع التقليدية والقيم المستحدثة التي أتت بها المرحلة الجديدة وأدى هذا بدوره مع التغيرات السياسية السريعة الى بروز ظاهرة التطرف عند لشباب وما ارتبط بهذه الظاهرة من أعمال عنف غير مألوفة .

واذا كانت وظيفة العلاقات العامة في المؤسسات والمنظمات المختلفة هي تحقيق التفاهم والتوافق بين فئات المجتمع المختلفة . ولما كانت الدولة أكبر منظمة في المجتمع ، فان مسؤوليتها في تحقيق التوافق بين فئات المجتمع تعلو مسؤولية أى مؤسسة أو منظمة أخرى . وإذا كانت العلاقات العامة تبدأ أولا بعلاج الخلل ، ثم يتبع ذلك الاعسالم والاقتناع واستعادة التوافق والتوازن المفقود ، فان العلاج يمكن أن يكون على النحو التالي :

### أولا : الإجراءات العلاجية لاستعادة التوافق :

١ - ترشيد سياسة الانفتاح الاقتصادي ، وقد أعلنت القيادة السياسية في أكثر من مناسبة عن اتجاهها الى توجيه الانفتاح الاقتصادي لكي يصبح انفتاحا انتاجيا يخدم الاقتصاد الوطني ويدفع عجلة التنمية .

٢ - التصدي السريع والحازم لكل المهن الطفيلية والسوق السوداء والضرب على أيدي المستغلين الذين يخلقون الأزمات ويرفعون الأسعار .

٣ - مواجهة المنحرفين الذين يتلاعبون بصحة المواطنين وتوقيع أقصى العقوبات على من تثبت ادانتهم في هذه القضايا .

٩ - العلاقات العامة وقضايا التنمية

٤ — اخضاع كافة السلع الضرورية للتسعير الجبرى ومراقبة تنفيذ الأسعار بدقة لتخفيف عبء المعيشة على محدودى الدخل .

٥ — مراقبة سير العمل فى الادارات الحكومية وتحقيق الانضباط ثوابا وعقابا للمحسن والمسيء فى انجاز مصالح المواطنين .

٦ — توقيع العقوبات الرادعة على كبار المتهربين من الضرائب .  
ومن ساعدهم فى التهريب ، وتخفيف عبء الضرائب على الفئات المتوسطة ومحدودى الدخل .

٧ — استمرار جهود الدولة فى سبيل التغلب على مشاكل الاسكان والمواصلات وتوفير الغذاء لمحدودى الدخل بالأسعار التى تناسبهم .

٨ — اتاحة الفرص للشباب للمشاركة فى عمليات التنمية عن طريق تقديم المعونات المادية والفنية لمن يثبت القدرة على استغلالها وبصفة خاصة فى المجالات الزراعية والصناعات البيئية المرتبطة بها .

٩ — تبنى برنامج أو أكثر فى كل عام لتنظم من خلاله جهود قطاع معين من قطاعات الشباب للخدمة فى مجال معين ، واشغال حماس الشباب للعمل فى هذا المجال ، على أن يكون للبرنامج شعارا محددا له مغزى محدد لتحقيق هدف أو أهداف محددة كما حدث فى البرنامج الأمريكى العريق المسمى بنادى العقل والقلب والأيدى والصحة والذى يرمز اليه اختصارا بـ H in the Country 4 وصاحب فكرة هذا البرنامج هو توماس ويلسون رئيس احدى شركات تعبئة اللحوم فى عام ١٩١٨ .

وقد دعمته وروجت له وزارة الزراعة الأمريكية لحث شباب الريف على بذل الجهد واليقظة والاخلاص فى تنمية المحاصيل الزراعية .  
وقد أقسم أعضاء هذا النادى على استخدام عقولهم من أجل

التفكير الواضح ، وقلوبهم لتحقيق الولاء ، وأيديهم لمزيد من الخدمة ،  
وحسنتهم من أجل حياة أفضل لناديهم ومجتمعهم وريفيهم (١٤) .

### ثانيا : برامج الاتصال لاستعادة التوافق :

تعنى كلمة الاتصال في العلاقات العامة عملية تبادل المعلومات  
والآراء بين طرفين بهدف تحقيق التفاهم المشترك بينهما . ومعنى هذا  
أن الاتصال في العلاقات العامة ينبغي أن يكون صاعدا وهابطا في  
نفس الوقت .

فال اتصال الصاعد يتمثل في معرفة القيادة أو الإدارة لآراء الجماهير  
واتجاهاتها ، لكي تخطط السياسات وتتخذ القرارات بناء على معرفة  
واعية بهيول هذه الجماهير والمشكلات التي تواجهها (١٥) .

وهنا تأتي أهمية الخطوة الأولى في نشاط العلاقات العامة وهي  
قياس وتفسير وتقويم اتجاهات الجماهير التي لها صلة بالمنظمة (١٦) .  
فلا بد وان تراعى أى منظمة عند اتخاذ قرار معين أو اتباع سياسة  
جديدة تأثير ذلك على الجماهير التي تتعامل معها ، وإذا كان من المحتم  
اتباع سياسة معينة لأنه لا بديل عنها ، وهذه السياسة تفرض توضيحات  
من أى نوع على الجماهير فلا بد من تهيئة الجماهير لتقبل هذه  
التوضيحات من خلال الإقناع بمبررات السياسة الجديدة ، وتقديم  
القدوة في المشاركة في تحمل ما يطلب الى الجماهير تحمله من أعباء فمن  
أهم مبادئ العلاقات العامة الحكومية تهيئة الجماهير للتغيرات المرتقبة  
وتقديم القدوة من جانب القيادات الداعية الى التغير لتحمل آثاره  
ونتائجه (١٧) .

وإذا كان الاتصال الصاعد في العلاقات العامة هو أحد أسس  
التخطيط للسياسات والقرارات الجديدة ، فان الاتصال الهابط من  
القيادة أو الإدارة الى الجماهير هو حجر الزاوية في تحقيق التفاهم

بين هذه القيادة وال جماهير . فال اتصال الهابط بشقيه الاعلامى والاقتناعى يساعد على تكوين الرأى العام المستنير ويمكنه من المشاركة الفعالة فى تنفيذ السياسات والقرارات الجديدة على أكمل وجه ممكن .

وقد أكدت هذه الحقيقة السيدة أنديرا غاندى رئيسة وزراء الهند حينما قالت : « ان العلاقات العامة هى احدى دعائم الديمقراطية . ولما كانت السياسات الحكومية والصناعية تتزايد تعقيدا باستمرار فان العلاقات العامة تستطيع أن تجعل هذه السياسات واضحة للجماهير . وتمكنهم فى نفس الوقت من الاسهام فى رسمها أو ترك بصماتهم عليها » (١٨) .

ونستطيع من هذا التقديم لوظيفة الاتصال المزدوج فى العلاقات العامة أن نبلور أهداف الاتصال فى مجال استعادة التوافق على النحو التالى :

١ - دراسة اتجاهات الرأى العام بالنسبة للقضايا والمشكلات المختلفة التى تؤثر على مصالح الجماهير واهتماماتها الانسانية ، وإبلاغ نتائج هذه الدراسة للجهات المعنية لكى تكون أحد مدخلات الموقف فى التخطيط للسياسات المختلفة (١٩) .

٢ - اعلام الشباب بالخدمات والمشروعات التى يمكن أن يشاركوا فيها ويستفيدوا منها .

٣ - نشر نتائج التحقيقات والأحكام فى قضايا الانحراف والرشوة والتهرب من الضرائب واستغلال النفوذ .

٤ - ضرورة قيام المؤسسات الدينية بدورها فى تعميق المفاهيم الدينية الصحيحة بين الشباب بأسلوب عصري وبما لا يتيح فرصة للمتطرفين بتوجيه النشء توجيهًا خاطئًا .



٥ - تقع على وسائل الاتصال الجماهيرية مسؤولية بث القيم الروحية والأخلاق الفاضلة بين الشباب من خلال الموضوعات والبرامج والندوات الدينية ، فان ذلك يساعد على التصدي لموجات الانحلال والفساد . كما أن التدين في حد ذاته يدفع للإخلاص في العمل ، وإيثار المصلحة العامة على المصلحة الخاصة . وقد قرن القرآن الكريم العمل بالإيمان في ثلاثمائة آية من آياته البينات ، وذلك يؤكد قيمة العمل عند الله سبحانه وتعالى (٢٩) .

٦ - ينبغي أن تقدم وسائل الاتصال الجماهيرية نماذج يقتدى بها الشباب المصري الذي يبذل الجهد والعرق في سبيل وطنه وأن تركز الأضواء على من يعملون في ظروف صعبة ويتفانون من أجل دفع عجلة الانتاج وتحقيق التقدم لبلادهم .

٧ - يجب على وسائل الاتصال الجماهيرية أن تزرع الإيمان في نفوس الجماهير بأن الطريق إلى المستقبل المشرق هو الكد والجهد والعمل وليس البعث عن الطريق السهل للكسب وجمع المال (٣١) .

٨ - يمارس بعض الشباب عادة التدخين كنوع من المحاكاة السيئة للأجيال الأكبر ، وهي عادة ثبت ضررها صحيا واقتصاديا واجتماعيا . وقد حان الوقت لأن تمارس وسائل الاتصال الجماهيرية دورا فعالا في محاربة التدخين واقتناع الشباب بأضراره المتنوعة .

٩ - ينبغي أن تقوم وسائل الاتصال الجماهيرية بشغل الشباب بقضايا الوطن وإثارة اهتمامهم بها ، وتبصرهم بحقائق الأمور بلا مبالغة أو تهوين ، حتى لا يقعوا فريسة للمخربين ودعاة التطرف .

١٠ - تستطيع وسائل الاتصال الجماهيرية أن تساهم بموضوعية تامة في إحياء الوعي السياسي لدى الشباب ، وإن تشجعهم على المشاركة السياسية في اتخاذ القرارات من خلال العمل الديمقراطي

السليم بعيدا عن الخداع والمزايدات الحزبية الرخيصة ، اسهاما منها في نجاح التجربة الديمقراطية وحمليتها من القوى المعادية التي تسعى الى هدم هذه التجربة وفرض ارادتها على المواطنين .

١١ — ينبغي أن تحرص وسائل الاتصال الجماهيرية على غرس الشعور بالانتماء الوطنى والقومى عند الشباب ، فما من دولة تستطيع أن تخرق حاجز التخلف الاقتصادى دون أن يدرك المواطنون ان مصلحتهم المشتركة تقتضى التعاون فيما بينهم لتحقيق أهداف عامة محددة تعود بالنفع عليهم جميعا . كما أن شعور الشباب بالولاء هو الذى يدفعه الى بذل التضحيات التى تتطلبها مصلحة البلاد (٣٢) .

١٢ — تستطيع وسائل الاتصال أن تساهم مساهمة ايجابية في تغيير النظرة التقليدية للتعليم الجامعى باعتباره هدفا فى حد ذاته يرتبط بمكانة الفرد فى المجتمع . ورغم أن ذلك يتطلب تغييرا أساسيا فى قوانين الوظائف بالدولة فان وسائل الاتصال تستطيع أن تشجع هذا التغيير من ناحية ، وان تحث الشباب على الالتحاق بالتعليم الفنى الذى تحتاج اليه خطة التنمية (٣٣) . ويؤدى هذا التغيير الى القضاء على ظاهرة البطالة المقنعة فى الوظائف الحكومية وبالتالى يوضع كل شاب فى مكانه الصحيح الذى يتفق مع دراسته ويشعر بقيمته وأهميته فى مجال العمل .

## الخاتمة

لقد تبين من البحث أن مرحلة طغيان المادة التي هبت على المجتمع المصري في أعقاب الأخذ بسياسة الانفتاح الاقتصادي قد أحدثت خلاا اقتصاديا واجتماعيا شبيها بما حدث في بعض المجتمعات الرأسمالية والنامية خلال اندفاعها الى المرحلة المادية . وإذا كان تطبيق سياسة الانفتاح الاقتصادي قد صاحبه بعض الآثار السلبية التي تسببت مع غيرها من العوامل في أحداث هذا الظل فلا يعنى ذلك بالضرورة رفضا لهذه السياسة ، وإنما يعنى الرغبة في ترشيدها وتجنب آثارها السلبية .

وقد جاءت ظاهرة التطرف عند الشباب في مصر كثيرة لمجموعة من العوامل السياسية والاقتصادية والاجتماعية ، ومثلت هي الأخرى مشكله من المشكلات التي تؤثر على الشباب وتبدد طاقته وتشعره بالاغتراب في وطنه بدلا من أن يكون هو العامل الأساسى المطلق للتقدم والجماع للمستقبل .

وقد رأينا أن المجتمعات الأخرى التي تعرضت لهذه الحالة في مرحلة من مراحل تطورها الحديث قد تمكنت من تجاوزها باستخدام المنهج العلمى في علاج هذه الحالة . وقد حللنا هذا المنهج الذى يقوم أساسا على مجموعة من الاجراءات العلاجية التي تستهدف استعادة التوافق وتحقيق الانتماء بدلا من الاغتراب . وتأتى بعد ذلك الخطوة التأثيرية التي تؤكد هذا الانتماء وتدعمه وتنزع الشعور بالاغتراب وتلغى على آثاره الهدامة .

وإذا كان البحث قد أبرز عددا من المشكلات العامة التي لا تؤثر فقط على قطاع الشباب وحده وإنما تمتد تأثيرها الى قطاعات المجتمع الأخرى فمن المسلم به أن قطاع الشباب أكثر حساسية وتأثرا بهذه

المشكلات لما يتميز به قلق وتوتر كخاصية أساسية لهذه المرحلة من مراحل تطور الانسان ، لذلك فان علاج هذه المشكلات لا يقتصر نفعه على القطاع الشبابى فقط ، وانما تمتد فائدته الى كافة المواطنين ، وينعكس أثره على رخاء الوطن ورفاهيته .

### توصيات البحث :

بالاضافة الى ما سبق تقديمه من اقتراحات وتوصيات فى ثنايا البحث للمتغلب على هذه المشكلات يرى الباحث تقديم بعض التوصيات للعلماء على النحو التالى :

١ - تشكيل مجلس أعلى للإعلام والشباب تكون مهمته رسم السياسات الاعلامية فى مجال الشباب والتنسيق بين المؤسسات الاعلامية فى مجال القضايا الشبابية ، والاشراف على اصدار مجلة خاصة بالشباب تعبر عن آرائهم وأفكارهم وتستثير حماسهم لخدمة مجتمعاتهم المحلية بصفة خاصة ووطنهم بصفة عامة .

٢ - تخصيص جوائز تقديرية وتشجيعية لأفضل البرامج والموضوعات الشبابية فى وسائل الاتصال الجماهيرية والذى يرى الخبراء أنها استطاعت أن تقيم جسورا قوية للتفاهم مع الشباب وتناول مشاكله وقضاياهم .

٣ - تشجيع انشاء الاذاعات المحلية والصحف الاقليمية ، لما لها من دور بالغ الأثر فى تحقيق التقارب بين أبناء المجتمع ، وازالة روح الأنانية والفردية التى تتسم بها المرحلة المادية . واتاحة الفرصة للشباب للمشاركة فى تقديم المواد الاعلامية والتعبير عن آرائهم واتجاهاتهم على المستوى الاقليمى بالاضافة الى المستوى القومى .

٤ - الاهتمام بالتربية الدينية فى المدارس والجامعات وبين العمال



والفلاحين والجنود وهو دور تستطيع أن تشارك فيه وسائل الاتصال الجماهيرية والمؤسسات الاجتماعية ومؤسسات العمل بالإضافة الى المؤسسات الدينية التي ينبغي أن تؤكد على القيم الوطنية وتبث الأمل في نفوس الشباب .

٥ — الاهتمام بالبحوث والدراسات التي تتناول مشاكل الشباب واتجاهاتهم ودعم الجهات التي تقوم بإجراء هذه البحوث ، والاستفادة منها في التخطيط للسياسات الشبابية على أساس علمي .

### المراجع

- ١ — إبراهيم امام (دكتور) : العلاقات العامة والمجتمع ، الطبعة الثانية ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ١٩٦٨ ، ص ١٧١ .
- ٢ — مراجعة تفاصيل هذه القصصه يمكن الرجوع الى المؤلفات والبحوث التالية :  
( ا ) ابراهيم امام (دكتور) : المرجع السابق .  
( ب ) محمد محمد البادى (دكتور) : العلاقات العامة والمسئولية الاجتماعية ، الطبعة الاولى ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٨٠ .
- Davis, K. and Robertl. Blomstron : **Business and Society : Environment and Responsibility**. Third edition. New York, McGraw-Hill Inc., 1975.
- ٣ — محمد محمد البادى (دكتور) : المرجع السابق ص ١٨٣ .
- ٤ — تقرير مؤتمر وزراء الشباب العرب — اكتوبر ١٩٦٩ — وزارة الشباب ص ١٣٤ نقلا عن كتاب المجلس القومى للشباب فى برامج المراكز والاندية ، ص ٥٤ .
5. Cutlip Scott M. and Allen Center : **Effective Public Relations**. Fifth Edition. New Jersey, Prentice Hall Inc., 1978. p. 335.
- ٦ — حامد زهران (دكتور) : علم نفس النمو ، الطفولة والمراهقة ، الطبعة الرابعة ، القاهرة ، مكتبة عالم الكتب ١٩٧٧ ، ص ٢٨٩ .
- ٧ — المرجع السابق ، ص ٤٦٤ — ٤٦٨ .
- ٨ — على عجوة (دكتور) : العلاقات العامة وقضايا التنمية فى مصر ، القاهرة ، مكتبة عالم الكتب ، ١٩٧٧ ، ص ٢٢ .
- ٩ — دراسات سكانية : نشرة شهرية يصدرها مكتب البحوث بجهاز تنظيم الاسرة والسكان ، العدد الخامس عشر ، ديسمبر ١٩٧٤ ، (١) من مقال د. محمد صبحى عبد الحكيم ، ص ١٦ .
- ١٠ — حامد زهران (دكتور) : المرجع السابق ، ص ٣٩٤ .

11. Zajonc, R. B. : The concepts of Balance, Congruity and Dissonance (in Boisecker and Parson : **The Process of Social Influence**, New Jedsey Prentice Hall Inc., 1972). pp. 84-89.
12. Williams, Michael : **Human Relations**, London, The National Extension College and Longman Groups Ltd 1967, p. 20.
13. Griswold, Glenn, and Denny : **Your Public Relations**, New York Magazines of Industry Inc., 1948, p. 4.
14. Darrow, Richard W. and Others : **The Dartnell Public Relations Handbook**, Chicago, Dartnell Press Inc., 1967, pp. 384-385.
15. Davison, W. Phillips and Frederick T. C. YU : **Mass Communication Research**, New York, Praeger Publishers Inc., 1974, p. 70.
16. Robinson Edward J. : **Communication and Public Relations**, Columbus Ohio, Charles E. Merrill Book Inc., 1966, p. 36.
17. Steven, H. Chaffee and Michael J. Petrick : **Using The Mass Media Communication Problems in American Society**, New York, McGraw-Hill Inc., 1975, pp. 64-65.
18. Cutlip, Scott and Allen Center : **Effective Public Relations** Forth Edition, New Jersey, Prentice Hall Inc., 1971, p. 529.
- ١٩ — على عجوة ( دكتور ) : **الاسس العلمية للعلاقات العامة ، الطبيعة الثانية ، القاهرة ، مكتبة عالم الكتب ، ١٩٧٨ ، ص ١١٢ وما بعدها .**
- ٢٠ — **المجلة العربية للإدارة : عدد اكتوبر ١٩٧٧ ، مقال د. محمود عساف ، ص ٧ .**
- ٢١ — **الاهرام : عدد ٤ اكتوبر ١٩٨٢ من خطاب رئيس جمهورية مصر العربية في مؤتمر الحزب الوطنى .**
- ٢٢ — **جيهان رثنى ( دكتورة ) : نظم الاتصال ، الاعلام في الدول النامية ، القاهرة . مكتبة دار الفكر العربى - ١٩٧٢ ، ص ١٧٦ .**
- ٢٣ — **على عجوة ( دكتور ) : العلاقات العامة وقضايا التنمية في مصر ، مرجع سابق . ص ٣٩ .**





الدراسة الخامسة  
وسائل الاعلام  
وقضايا الثقافة في مصر



### مقدمة في أهمية وسائل الاتصال وتطورها :

الاتصال ضرورة حتمية لا يستغنى عنها مجتمع من المجتمعات البشرية . ولو فقد الاتصال بين الناس لتعذر ظهور الحضارات الانسانية . ولما تحققت السمات الثقافية المتميزة لأي مجتمع . لقد كان ظهور التجمعات البشرية نتيجة لبداية عملية التفاهم الانساني باستخدام الاشارات Signals . وتلى ذلك تطور على جانب كبير من الأهمية في ارتقاء هذا التفاهم حينما بدأ استخدام اللغة . ثم كان التطور الأكثر أهمية متمثلا في الكتابة كوسيلة لنقل الحقائق والأفكار الى الغير .

وقد صاحب هذا التطور في استخدام الرموز — سواء كانت اشارية أو لفظية — كوسيلة للاتصال تطور مماثل في علاقات الانتاج نتيجة لانتقال المجتمع البشري من مرحلة الصيد الى الرعى ، ثم الى الاستقرار على ضفاف الأنهار عندما عرفت الزراعة . وتبع ذلك ظهور الحضارات القديمة وقيام الحكومات تعبيرا عن تطور جديد في التفاهم الانساني على مستوى أكبر من التجمع الصغير الذي أخذ صورة القبيلة أو العشيرة أو الترابطات أو الاتحادات أيا كان نوعها .

وقد لجأت هذه الحكومات الى التأثير في المحكومين من خلال فنون النقش والرسم والشعر والعمارة ، بالإضافة الى استخدام تأثير رجال الدين والكتاب وكبار المسؤولين في اصفاء الهيبة على الحكام وكسب الولاء لهم . وقد اكتشفت بعض القصائد التي تنقد تصرفات الجائرة لبعض المسؤولين في مصر القديمة ، وتكشف عن رأى العامة في تصرفات هؤلاء المسؤولين (١) . ويدل ذلك على حقيقة ثابتة وهي أن التفاهم الانساني ارتبط بنشأة المجتمعات الأولى . وقد ارتبط استخدام هذا التفاهم عبر العصور بمهارة القائمين بالاتصال والوسائل

الاتصالية المتأخرة لهم . وإذا كان اختراع الكتابة قد حفظ لنا تاريخ الإنسانية أو تراثها الثقافي ، فإنه بلا شك لم يستطع أن يعمل على نشر الثقافة في العصور الخالية على نطاق واسع فالكتاب المخطوط كان شيئاً نادراً باهظ التكاليف وبالتالي لا يمكن أن يقتنيه إلا صفوة الصفوة .

وكانت الثورة الأولى في وسائل الاتصال متمثلة في اختراع جوتنبرج للطباعة في منتصف القرن الخامس عشر . ثم تطورت الطباعة تدريجياً حتى وصلت إلى شكلها الحالي الذي أثمر ظهور صحافة الملايين التي تطبع ملايين النسخ في ساعات قليلة وتوزعها في ساعات أقل .

لقد كانت معرفة مصر والدول العربية لفن الطباعة في القرن الماضي من أقوى عوامل النهضة الحديثة التي قامت على أساسين ، أولهما بحث الثقافة العربية القديمة ، وثانيهما الترجمة والنقل عن الثقافة الغربية . ومن المؤكد أنه لولا معرفتنا بفن الطباعة ولولا تأسيسنا لمطبعة بولاق لكانت أسبطيناً أن نبعث التراث القديم ، ولا أن نستفيد من الثقافة الغربية ، ولعلنا غرقنا في التباهات والزخارف اللفظية التي كانت قد صرفتنا عن كل تفكير أصيل أو احساس إنساني حي . (٣)

وقد عرف العالم المذياع ( الراديو ) في بداية العشرينيات من هذا القرن ، وانتشرت هذه الوسيلة الإعلامية في الثلاثينيات انتشاراً كبيراً وظهرت الإذاعة المرحلية ( التليفزيون ) قبل بداية الحرب العالمية الثانية وانتشرت على مستوى تجاري في أعقاب الحرب ، ثم بدأت انتشارها الواسع في الخمسينيات والستينيات . وقد أصبح من الممكن أن تنقل الأحداث بالصوت والصورة في نفس لحظة وقوعها عن طريق الأقمار الصناعية أي كانت المسافة بين محطة الإرسال وأجهزة الاستقبال كما ينقل الراديو عن طريق موجاته القصيرة الأخبار والتعليقات وغيرها



من المواد التثقيفية أو الترفيهية أو الاعلانية الى أبعد الأماكن • وأصبح من اليسير بعد اختراع الترانزستور أن يصل صوت المذياع الى المناطق النائية التي لم تصل اليها الكهرباء ولا تصل اليها الصحف بسهولة •

وقد ساهم هذا التقدم الهائل في وسائل الاتصال في تقريب المسافات بين بقاع العالم المختلفة حتى أصبح العالم من الناحية الاعلامية أصغر مما هو عليه في الواقع نتيجة لسرعة تداول الانباء وانتقال المعلومات والآراء • كما أصبح من العسير التصدي للتيارات الثقافية الوافدة من الخارج ، أو تجاهل الاتجاهات الفكرية في أى بقعة من بقاع العالم • ونم يعد من الممكن صد الغزو الاعلامى المدعم بالحقائق الثابتة كما كان يحدث في الماضى باستخدام أساليب المنع أو التشويش •

هذا التطور الهائل في وسائل الاتصال جعل انسان القرن العشرين يعيش فوق شلال من الكمثات على حد تعبير الباحثان الأمريكان كاتليب وستتر اللذان يعتقدان أن الفرد الأمريكى العادى ينفق ٧٠ ٪ من ساعات يقظته في الاتصال اللفظى ، استماعا وتحدثا وكتابة وقراءة (٣) • وتشير نتائج بعض البحوث الأمريكية الى أن الأمريكى العادى يقضى ثمانى ساعات تقريبا مع هذه الوسائل • ويتخصصون التلفزيون والراديو على النصيب الأوفر من هذه الساعات الموزعة كالتالى :

- ثلاث ساعات وثمان وأربعين دقيقة للتلفزيون •
- ثلاث ساعات واثنين وعشرين دقيقة للراديو •
- سبع وثلاثون دقيقة مع الصحف •
- عشرون دقيقة مع المجلات (٤) •

ومن الثابت أن وسائل الاتصال الجماهيرى تقوم بخمس وظائف أساسية هي الاعلام ، والتوجيه ، والترفيه ، والتثقيف ، والاعلان •  
(م . ١ — العلاقات العامة وقضايا التنمية ،

ولا شك أن تحقيق التوازن بين هذه المهام قد شغل الكثيرين من الباحثين . كما أثار اهتمامهم في نفس الوقت المستوى الأدائي لكل وظيفة ، ومدى فعالية هذه الوسائل في تحقيق أهداف كل من هذه المهام الخمس . وموضوع دور وسائل الاتصال الجماهيرية في الثقافة ، والثقافة الجماهيرية على وجهه التحديد مازال يحتاج الى دراسات عميقة في ضوء المتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتقنية التي يشهدها العالم في الظروف الراهنة .

### مشكلة البحث :

يهدف هذا البحث الى دراسة دور وسائل الاعلام في نشر الثقافة ومعرفة أثر التيارات الثقافية الخارجية التي تأتي بها هذه الوسائل على الشخصية الثقافية لمجتمعنا ، وارتباط ذلك بالتيارات والأوضاع الداخلية التي تهيئ المناخ في بعض الأحيان للتيارات الخارجية لكي تسود وتؤثر . ويعتمد هذا البحث على المنهج التحليلي في عرضه للروافد الثقافية الخارجية وارتباطها بالأوضاع الداخلية ، وأثرها على الشخصية الثقافية المصرية . كما يستخدم المنهج التحليلي المقارن في المبحثين التاليين عن المستويات الثقافية ، ودور وسائل الاعلام في الثقافة الجماهيرية ، ويبدأ البحث بمبحث خاص عن مفهوم الثقافة وانتقالها من خلال المؤسسات التعليمية والاعلامية .

### أولا : مفهوم الثقافة :

قام كروبر وكلاكهون Krober and Kluckhohn بفحص ما يزيد عن مائة تعريف من التعريفات التي قدمها الانثروبولوجيون للثقافة ، ولم يجدا بينها تعريفا مقبولا من وجهة نظرهما . وقد ذكرا أن السمة المشتركة بين هذه التعريفات أنها تكتسب عن طريق التعلم ، وأن هذا يرتبط بجماعات اجتماعية ، أو مجتمعات معينة . وقد قدم كلاكهون تعريفا للثقافة يساعد على فهم السلوك البشري قال فيه « ... نقصد

الثقافة جميع مخططات الحياة التى تكونت على مدى التاريخ . بما  
فى ذلك المخططات الضمنية والصريحة ، والعقلية وغير العقلية • وهى  
موجودة فى أى وقت كموجهات لسلوك الناس عند الحاجة » • ويقول  
كلاكهون « أن ثقافة مجتمع من المجتمعات هى نسق تاريخى المنشأ يضم  
مخططات الحياة الصريحة والضمنية ، يشترك فيه جميع أفراد الجماعة  
( أى المجتمع ) أو أفراد قطاع معين منها (٥) •

وهذا يعنى أن مصطلح الثقافة يشير الى المعانى التالية عند  
الأنثروبولوجيين (٦) :

١ — للدلالة على أساليب الحياة أو « مخططات الحياة » المكتسبة  
بالتعلم والشائعة فى وقت معين بين البشر جميعا •

٢ — للدلالة على أساليب الحياة الخاصة بمجموعة من المجتمعات  
التي يوجد بينها قدر من التفاعل •

٣ — للدلالة على أنماط السلوك الخاصة بمجتمع معين •

٤ — للدلالة على أساليب السلوك الخاصة بشريحة أو شرائح  
معينة داخل مجتمع كبير على درجة من التنظيم المعقد •

وينبغى أن يكون واضحا أن الثقافة هى تجريد للسلوك الفعلى ،  
وليسبت هى الأفعال السلوكية ، أو كما يقول ردفيلد أن الثقافة تتضح  
فى الأفعال والأشياء ذاتها • فاحترام اشارة المرور سلوك يشير الى  
ثقافة معينة ، ولكن السلوك فى حد ذاته لا يعتبر هو نفسه هذه  
الثقافة • كما أن السلاسل والأوانى الخزفية والأسلحة واللوحات  
والتماثيل وغيرها تمثل المنتجات النهائية التى خلقتها أساليب السلوك  
الشائعة فى مجتمع معين • والخطأ الذى وقعت فيه التعريفات التى  
رفضها كروبر وكلاكهون هو عدم التمييز بوضوح بين مفهوم الثقافة  
من ناحية ، والأشياء التى يشير اليها من ناحية ثانية • كما هو

الحال في العلاقة بين الرمز والشئ الذي يشير اليه هذا الرمز . فالرأيه الحمراء رمز للخطر ، ولكنها ليست الخطر نفسه . كما أن الرمز اللغوي لا يرتبط ارتباطا ماديا بما يشير اليه . فليس هناك شئ حصاني في كلمة حصان ، ولا شئ بيتي في كلمة بيت . انما المجتمع الذي يستخدم هاتين الكلمتين هو الذي يصفى على كل منهما معناها (٧) . وبفضل قدرة الانسان على استخدام الرمز في التعبير عن الأفكار والأشياء أمكن انتقال الثقافة من جيل الى جيل ، وبذلك تحقق التواصل الثقافي بين الأجيال . وتحددت أنماط السلوك المعبرة عن التراكم الثقافي .

والثقافة كما يعرفها هول Hall هي كل المعاني والقيم والتقاليد التي تنشأ بين جماعات أو طبقات لها سمات اجتماعية محددة ترتبط بظروفها التاريخية التي تستمد منها وجودها ، وتؤثر على أنماط سلوكها (٨) . فالطفل حين يولد تتلقفه ثقافة معقدة مليئة بالأفكار والعادات والتقاليد التي تكونت على مر العصور السالفة . وتنتقل هذه الثقافة من خلال الأسرة والمدرسة والجماعة والمسجد أو الكنيسة أو المعبد ، وكذلك من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية . ولو لم يكن هناك مجتمع يضم هذه المؤسسات التي تنقل ذلك التراث الثقافي لكانت حياة الانسان مماثلة لحياة الحيوان . وفي ذلك يقول ستيوارت شيس Chase أن تسعين في المائة - تقريبا - من سلوك الفرد العادي في المجتمع معين تفرضها وتقررهما النظم والقواعد التي يبدأ في تعلمها منذ ولادته (٩) .

وييلور الدكتور مجمد مندور مفهوم الثقافة في عبارات واضحة فيقول « . . . والثقافة الحقبة ليست في النهاية الا تحقيق القدرة على فهم الناس والأشياء فهما صحيحا والحكم عليهما حكما سليما . وهذا الفهم وذلك الحكم لا يمكن الوصول اليهما الا اذا جمع الفرد بين وسيلتين هامتين : هما الدراسة من ناحية . والتفكير من ناحية أخرى . فالدراسة بغير تفكير لا يمكن أن تنتهي الى فهم صحيح ( وهذا في



رأى الباحث هو الفرق بين المتعلم والمثقف ) • والاكتفاء بالتفكير الذاتى دون دراسة لا يمكن أن يؤمن معه الضلال عن الفهم الصحيح • والكتاب الجسد هو الذى يجمع بين الدراسة وتقديم المعرفة من جهة • واثارة التفكير أو الايقاء به من جهة أخرى « (١٠) •

### ثانيا : انتقال الثقافة بالتعليم والاعلام :

ينهض التعليم بدور أساس فى تنمية المهارات ، واستمرار التراث العلمى والأدبى والفنى بنقله من جيل الى جيل • ولما للتعليم من أثر كبير على النشء ، فقد استغلته الحكومات فى تكوين الجيل الجديد على نحو معين يخدم أهدافها ، ويوجهه الناشئة الوجهة التى تريدها (١١) • كما أن الاستعمار فى عصوره المختلفة لجأ الى التعليم بين ما لجأ اليه من جهود لمحو شخصية الأمة أو اذابتها فى شخصية المستعمر ، أو لكى يفصلها عن الشخصية القومية التى تنتمى اليها •

ومن خلال الجامعات • أو المنح التعليمية ، أو الأفلام والمسلسلات والبرامج الاذاعية والتلفزيونية ، أو الكتب ، أو المجلات والصحف ، أو المعارض والمتاحف ، أو الفرق الموسيقية أو المسرحية ، أو غيرها من الفنون تحاول الدول الكبرى أن تغزو العالم ، وتنتشر أنماطا جديدة أو مخططات جديدة للحياة توجه السلوك البشرى فى مجتمع معين بما يتفق مع ثقافة الدولة الغازية • وقد أصبحت وسائل الاتصال الجماهيرية هى الأداة التى تستخدمها هذه الدول بارادة بعض المجتمعات التى تتعرض لما تصدره تلك الدول من برامج وأفلام • كما تتعرض بعض المجتمعات لهذه المخططات رغم كل الجهود التى تبذلها لمنع هذه البرامج ، أو فرض الرقابة عليها ، أو استخدام أجهزة التشويش للحيلولة دون تعرض مواطنيها لما يبيث عن طريق الموجات القصيرة كما سبق أن أوضحنا فى مقدمة هذا البحث •

وإذا كانت النشأة التاريخية للثقافة تنهض على الحقيقة التى مؤداها

أن التقاسم تنتقل عن طريق التعليم من جيل الى جيل ، فإن الغزو الثقافي من خلال الجامعات الأجنبية والمنح التعليمية ، ومواد وسائل الاتصال الجماهيرية ، يسير هو الآخر الى امكان انتقال الثقافة من مجتمع الى آخر ، أو من طبقة الى أخرى في فترة زمنية واحدة . وهذا يعنى أن روافد الثقافة كما تأتي من الماضي ، تأتي أيضا من الحاضر المعاصر في مجتمعات أخرى ، وان كان هذا بدوره ينبع من ماضى هذه المجتمعات الذى تراكت من خلاله ثقافتها ، وتكونت شخصياتها .

وهذا يثير القضية الأولى من قضايا الثقافة في مصر ، ونعنى بها الروافد الخارجية للثقافة وأثرها على الشخصية الثقافية للمجتمع المصرى .

## المبحث الثانى

### الروافد الثقافية الخارجية وأثرها على الشخصية الثقافية

تتمثل هذه الروافد بصفة أساسية فى البعثات الخارجية ، والأفلام الأجنبية ، والمسلسلات ، والبرامج الإذاعية والتلفزيونية ، والكتب ، والموسيقى ، والأغاني . وكافة أشكال الفنون التى تعبر عن معان وأفكار وعادات وتقاليد أجنبية توجه أنماط السلوك فى هذه المجتمعات .

ومن الثابت أن التقاء الثقافات بما يحمله ذلك من تأثيرات متبادلة يمكن أن يساهم فى تحقيق التطور الثقافى للشعوب المختلفة اذا حدث هذا بغير استعلاء أو انبهار من جانب ثقافة معينة بثقافة أخرى . فحينما يكون الانسياب الثقافى طبيعيا ومتبادلا فإن ذلك يساعد على زيادة التفاهم العالمى من خلال معرفة الشعوب لمخططات الحياة التى توجه أنماط السلوك السائدة فى المجتمعات الأخرى . ويؤدى هذا التفاهم الى تقبل الاختلافات الأساسية بين أنماط السلوك السائدة فى المجتمعات المختلفة ، وهذا بدوره يساعد على تأكيد أواصر المودة

والصداقة بين الشعوب ، وهو أمر يحقق — في حالة استمراره —  
السلام العالمى .

وتستطيع وسائل الاتصال الجماهيرية من خلال ما تقدمه من  
موضوعات تتصل بمخططات الحياة فى المجتمعات الأخرى ، أن تنقل  
المواطنين من عالمهم المحدود الى عالم أوسع وأرحب . ويؤدى هذا  
الانتقال الى معرفة هؤلاء المواطنين بأساليب الحياة فى بعض المجتمعات  
المتقدمة ، فينمو لديهم الاستعداد للأخذ عنها ، كما تنمو عندهم  
القدرة على التفهم الوجدانى Empathy ، أى القدرة على تصور  
الفرد لنفسه فى ظروف الآخرين أو تصور دوره لدوره وأدوار الآخرين  
فى المجتمع (١٣) .

وحينما يصل الأفراد الى هذه المرحلة يصبح المجتمع مهيبًا للانتقال  
من المرحلة التقليدية الى المرحلة العصرية . فالشخصية المتطورة تعزف  
عن الأنماط التقليدية فى السلوك ، وتقبل على الأنماط العصرية الجديدة  
التي تعبر عن ثقافات متطورة . وتتقوم وسائل الاعلام بنشرها لهذه  
الثقافات بمضاعفة التطور الاجتماعى ، والإسراع بنشر الأفكار الجديدة ،  
وتهيئة المجال للتبعية الشاملة (١٣) .

وإذا كان النموذج السابق يمثل مظهرًا ايجابيًا ، ونتيجة مفيدة  
من نتائج الانسياب الثقافى بين المجتمعات ، فإن الأمر قد لا يكون  
كذلك فى كل الأحوال . فحينما تسعى القوى الكبرى فى هذا العالم  
الى فرض ثقافتها على المجتمعات النامية لتحقيق ما عجزت عن تحقيقه  
من خلال القوة المسلحة ، يظهر بجلاء الوجه البشع للاستعمار الجديد  
الذى يسعى من خلال الأجهزة الدبلوماسية الدعائية والثقافية الى تحقيق  
أهداف مرسومة للتخريب الثقافى فى الدول النامية (١٤) .

وهنا تكمن الخطورة اذا تحول الانسياب الثقافى الطبيعى الى تدفق  
ثقافى موجه للتأثير على شخصية الأمة وطمس معالم ثقافتها . وعند

استطاعت اليابان وهي دولة شرقية بلغت ذروة التقدم العلمى والتكنولوجى أن تحافظ على شخصيتها الى حد بعيد ، رغم المحاولات الأجنبية للضغط عليها ، والتأثير على ثقافتها (١٥) .

ولم يكن تأثير الغرب على مصر من ذلك النوع الذى عبر عنه الرئيس الجزائرى الراحل هوارى بومدين بأنه « مدمر للروح » الا بالنسبة لقلّة محدودة جدا من المصريين . فقد استطاع الشعب المصرى أن يحافظ على لغته وعاداته الدينية التى ترتبط بحياته اليومية (١٦) . ورغم ذلك فقد اهتزت بعض القيم والمعايير المعبرة عن الشخصية المصرية بدءا من منتصف العقد الماضى نتيجة لظهور الطبقة الرأسمالية الجديدة التى استطاعت أن تزرع احساسا بطغيان المسادة على كل شىء ، وهو ما جعل البعض يلهث وراء جمع المال من أسهل الطرق وأبسط المشروعات التى لا تعود على الوطن بأى نفع حقيقى . وقد صاحب هذا هجرة عدد غير قليل من العقول المصرية الى الخارج ، بعد أن ضاقت أمامهم سبل الحياة الكريمة ، ففقدت مصر بعضا من خيرة علمائها ومفكرىها . وكان من بين نتائج مرحلة طغيان المسادة على المجتمع المصرى تراجع قيمة المثقفين وقادة الفكر أمام طغيان العناصر ذات المقدرة الاقتصادية وقد أدى ذلك الى ضعف قدرة الفئة المثقفة على القيام بدورها فى القيادة الفكرية فى بعض الحالات .

وقد ترتب على هذا الطغيان المادى هبوط مستوى التعليم فى المدارس والجامعات مما حدا بالبعض الى ترك التعليم الحكومى والاتجاه الى المدارس الخاصة المعروفة بمدارس اللغات . فأصبح هناك تعدد فى نظم التعليم والتنشئة الثقافية وهو ما يمكن أن يحمل فى ثناياه بذور صراع ثقافى فى المستقبل عندما يتزايد خريجو مدارس اللغات فى الجامعات المصرية . والملاحظ أن ظاهرة الدروس الخصوصية قد انتقلت عدواها من المدارس الحكومية الى هذه المدارس . والامتد ذلك أيضا الى المجالات الأخرى غير التعليمية ، فتزايدت ظاهرة أداء الخدمة



بمقابل . وانتشرت روح الأنانية تبعاً لذلك ، وزاد الاستهتار بمصالح الغير .

والواقع أن مرحلة طغيان المادة على المجتمع المصرى لم تكن وليدة لتطور داخلى بحت حتى وإن كانت نشأتها قد ارتبطت بسياسة داخلية . فالنمو المادى لم يحدث نتيجة لتطور فعلى فى الانتاج بمختلف مجالاته . وإنما جاء نتيجة لقُدوم الأموال الخارجية للاستفادة من سياسة الانفتاح الاقتصادى بأسرع الوسائل وأكثر المشروعات ربحاً بغض النظر عن فائدتها للمجتمع . ولذلك غمرت الأسواق المصرية السلع الاستهلاكية وظهرت فئة الوسطاء والطفيليين لتحقيق ثراء مفاجئاً أحدث خلافاً اقتصادياً واجتماعياً أدى الى حدوث تصدعات فى النمو المعنوى لأفراد المجتمع . فتغيرت بعض القيم واختلعت بعض المعايير ، وحلت مكانها قيم ومعايير مختلفة لم تألفها غالبية الشعب المصرى فى عصورها المختلفة .

ومن الثابت أن اختلاف الثقافات والقيم السائدة فى مجتمع معين يمكن أن يضعف لغة الحوار بين فئات المجتمع . ونستطيع أن نلمس ظاهرة التطرف الدينى عند بعض قطاعات المجتمع المصرى فى هذه المرحلة بغياب الحوار المنطقى النابع من قيم ثقافية راسخة الجذور . وهى ظاهرة حديثة وغريبة على المجتمع المصرى الذى سادته روح الوحدة الوطنية والتسامح الدينى عبر العصور المختلفة .



### البحث الثالث

#### المستويات الثقافية

يرى الباحث ماكدونالد أن هناك ثلاث مستويات ثقافية مختلفة فى المجتمع الأمريكى هى الثقافة الراقية أو العالية ، والثقافة الجماهيرية

والفن الشعبى • الثقافة الراقية أو العالية هى الثقافة التى تشير الى العمل الدؤوب الذى تقدمه الموهبه العظيمه أو العبقرية • وهى العمل الذى يحاول أن يصل الى أقصى درجة من أجل الفن • هذا العمل تصنعه الصفوة الثقافية أو تحت اشراف هذه الصفوة فى المجالات المختلفة (١٧) •

أما الثقافة الجماهيرية فهى تشير الى الانتاج الثقافى الذى يقدم الى جمهور وسائل الاتصال الجماهيرية المعروف بالمجتمع الجماهيرى Mass Society • وقد استمدت الثقافة الجماهيرية مضمونها من ثقافة الصفوة والثقافة الشعبية • وكانت ثقافة الصفوة قبل انتشار وسائل الاتصال الجماهيرية فى القرن التاسع عشر ، منفصلة تماما عن الثقافة الشعبية • ولكن الثقافة الجماهيرية التى استمدت مضمونها من ثقافة الصفوة والثقافة الشعبية أصبحت تختلف تماما عن هاتين الثقافتين (١٨) •

فالثقافة الشعبية كانت حتى قيام الثورة الصناعية ثقافة الجماهير العادية التى تتفصل عن الثقافة الرفيعة • وكانت تلك الثقافة الشعبية تأتى من أعماق الجماعة لتعبر بتلقائية أصيلة عن أحاسيس أفراد الجماعة دون أن يدرسون فى ذلك بالثقافة الرفيعة التى لا تتناسب واحتياجاتهم الخاصة • أما الثقافة الجماهيرية فقد جاءت مفروضة من أعلى ، وقام بصنعها الفنيون الذين استأجرهم رجال الأعمال أو الساسة لفرض سيطرتهم السياسية على الجماهير من خلال الأنماط الفكرية الموجهة (١٩) •

وكان فصل الثقافة الشعبية عن الثقافة العليا قبل ظهور وسائل الاتصال الجماهيرية يتفق مع الخط الاجتماعى الحاد الذى رسم فى وقت ما ليفصل بين أفراد الشعب والطبقات الارستقراطية • وقد عمدت الديكتاتورية السياسية الى تحطيم الجدار الذى يفصل بين الثقافة الرفيعة والثقافة الشعبية وأصبحت وسيلتها الى ذلك هى الثقافة

الجماهيرية • وقد خلطت الثقافة الجماهيرية بين الثقافات وخلقت ما يمكن أن يسمى بالثقافة المتألفة • هذا التألف يمكن أن يرفع من مستوى الثقافة الجماهيرية كما أنه يمكن أن يزيد لها هبوطا • وهذا يتوقف على عدة عوامل في مقدمتها قرب المسافة أو بعدها بين ثقافتى الصفوة والنالبية ، وكذلك السياسة الثقافية في المجتمع •

فإذا كانت السياسة الثقافية تستهدف تقديم ما يرضى الأذواق الحالية للجماهير وإشاعة السطحية وقتل التفكير أدى ذلك إلى هبوط المادة الثقافية المقدمة للجمهور • وحينما تعتمد السياسة الثقافية على رفع المستوى الفكرى ، وإيقاظ العقول تقدم للجمهور ثقافة هادفة ترقى بمستوى الأذواق وتخطب عقولهم وعواطفهم ، وبذلك ينتشر الفن الراقى ويرتفع مستوى الأداء الفنى . وهذا يؤدي إلى ارتفاع مستوى الذوق العام بين الجماهير •

والرأى عندنا أن مسئولية وسائل الاتصال الجماهيرية لا تقتصر على تقديم هذا النوع من الثقافة الذى خلقت هذه الوسائل بحسبكم مخاطبتها للجمهور العام ، وهو الثقافة الجماهيرية • فمن المعروف أن وسائل الاتصال الجماهيرية تخاطب بالإضافة إلى الجمهور العام — أو ما يسمى بالمجتمع الجماهيرى — قطاع المثقفين ثقافة عالية • وتتحمل أيضا مسئولية إشباع جزء أساس من احتياجات هذا القطاع بما تقدمه من برامج أدبية وفنية وعلمية جيدة الأعداد ، رفيعة المستوى • كما أن مسئولية وسائل الاتصال الجماهيرية في تقديم الفن الشعبى وأحياء التراث الشعبى الهادف ينبغى أن تنال الرعاية والاهتمام •

ولا شك أن وسائل الاتصال الجماهيرية في مصر تحرص على تقديم هذه المستويات الثقافية من خلال برامجها المتعددة وأبوابها أو أركانها المتنوعة • فقد انشئ البرنامج الثانى لمخاطبة قطاع المثقفين ثقافة عالية ومحاولة رفع مستوى المستمع العادى بتقديم كافة المواد الإذاعية

الرفيعة التى تغطى المجالات العلمية والأدبية والفنية . وربط المستمع بالثقافات العالمية وأحياء التراث القديم . كما يحرص التلفزيون على تقديم بعض الذروات الثقافية والبرامج الفنية والعلمية والأدبية التى تحقق الهدف من البرنامج الثانى فى الراديو . وسوف تتحقق هذه الغاية بشكل أكثر فعالية حينما تعود الى الوجود القناة الثقافية بالاضافة الى القناتين الحاليتين .

وتهتم بعض الصحف القومية بالموضوعات الثقافية الرفيعة فتخصص لها ملحقا أسبوعيا أو أكثر بالاضافة الى الصفحات اليومية التى تعالج بعض القضايا الفكرية بعمق يشبع حاجة المثقفين والمتخصصين ويثير بينهم النقاش حول هذه القضايا مما يؤدي الى تنشيط الحياة الفكرية فى مصر . حقيقة أن قراء هذه الموضوعات عددهم قليل بالنسبة لحجم توزيع هذه الصحف ولكن هذه القلة يمكن أن تمارس دورها كقائدة للرأى فى المجالات المختلفة وبالتالي تنتقل الفائدة الثقافية الى قطاعات أكثر عددا من القراء الأساسيين . لهذا ينبغى أن تقوم الصحف التى لم تبد اهتماما حتى الآن بهذا الدور بمراجعة سياستها والمشاركة فى تعميق الفكر الجاد وتناول الموضوعات العلمية والأدبية والفنية بأسلوب رفيع يعتمد على مساهمة المتخصصين الأكفاء فى هذه المجالات .

وتبدو مسئولية المجالات الوطنية أكثر وضوحا فى هذه القضايا حيث أن فرصة بقاء المجلة فى يد القارئ أكبر من فرصة بقاء الجريدة . كما أن بعض القراء الذين يهتمون ببعض الموضوعات يحتفظون بأعداد المجالات الجادة كاختفاظهم بالكتب . وهذا يثير موضوعا على جانب كبير من الأهمية هو موضوع المجالات الثقافية التى ما تلبث أن تظهر الى الوجود حتى تختفى بعد فترة قصيرة بسبب ضعف التوزيع . وفى رأى أن الصحف القومية ينبغى أن تتبنى كل واحدة منها مجلة ثقافية تنافس بها غيرها من الصحف . وتشارك فى تحقيق الازدهار الفكرى والثقافى فى مصر بغض النظر عن منطق الربح المادى الذى لن يتأثر



كثيرا بقيام أى صحيفة بالانفاق على مجلة ثقافية ناهيك عن الفرائد الأدبية التى تتحقق لهذه الصحيفة من قيامها بهذا الدور .

ويعانى الكتاب وهو المنبع الأول للثقافة الرفيعة ثلاث مشكلات تتعلق بالمضمون والتكلفة والتوزيع . فالمؤلف المصرى وكذلك العربى لا يقدم جديدا بالدرجة الكافية ، ولا يرتفع لمستوى العصر ، ولهذا فان القارئ الراغب والقادر على شراء الكتاب يعزف عنه لعدم وجود اضافة حقيقية فى أغلب الأحوال . كما أن تكلفة انتاج الكتاب المصرى مرتفعة بالمقياس الى كثير من دول العالم الأخرى ، نتيجة لارتفاع الجمارك على مستلزمات الطباعة . وهذا يؤدى الى احجام غير القادرين على الشراء فتقل فرص التوزيع ، مما يؤدى الى زيادة الأسعار لانخفاض الكميات المطبوعة . ومما يؤثر على توزيع الكتاب ، القيود الروتينية المفروضة على تصديره والتى تؤدى فى النهاية الى اقامة السدود والموانع أمام انتاجه وانتشاره (٢٠) .

وهناك نوع آخر من الكتب غير كتب الثقافة الرفيعة وهو ما يمكن أن نسميه بكتب الثقافة الجماهيرية . وهذا النوع من الكتب يتعرض لمنافسة خطيرة من جانب وسائل الاتصال الأخرى . ولذلك ينبغى أن تقوم سياسة انتاج هذه الكتب على اختيار الموضوعات الثقافية الطريفة فى مجالات العلوم والفنون والآداب والتي يمكن أن تلبي احتياجات الجماهير فى وقت معين . وأن تقسم هذه الكتب بالتبسيط غير المختل ، وهذه مهمة لا يقدر عليها الا كبار العلماء الذين يستطيعون أن يهضموا المادة ويتمثلوها ويقدموها أخيرا فى شكل واضح مبسط . وقد رأينا منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة « اليونسكو » ترصد جائزة كبيرة هى جائزة « كاليانجا » التى تمنح سنويا لأحسن كاتب يؤدى خدمة ممتازة فى نشر الثقافة العلمية بين الجماهير .

وهذا يشير الى أهمية تبسيط العلوم وتقديمها الى الجماهير لحو

الأمية العلمية بينهم • وأن لا تقتصر الثقافة على الاهتمام بالأدب والشعر والموسيقى وسائر الفنون • فمعرفة المجتمع بالمكتشفات العلمية تمكنه من توجيه العلماء والساساة الى استخدامهما في سعادة البشرية بدلا من استخدامهما في التدمير والفناء على حد تعبير العالم الفيلسوف برتراند رسل الذى نال جائزة كالينجا عام ١٩٥٧ (٢١) • كما يؤدي ذلك في رأينا الى تنمية الحياة الفكرية في المجتمع واستثارة القدرات الابداعية في المجالات المختلفة •

وقد انعكست مرحلة طغيان المادة التي شهدها المجتمع المصرى اعتبارا من منتصف العقد الماضى على الانتاج السينمائى والمسرحى • فاتجه الكتاب المحدثون والمخرجون ومعهم أيضا الممثلون الى الأعمال الفنية التي تدر ربحا أكثر في وقت زهد فيه معظم كتابنا الكبار عن مواصلة انتاجهم الفكرى الرائع الذى شهدته العقود الماضية • وازدهرت الفرق المسرحية الخاصة التي لا هم لها سوى اضمك الجماهير وارضاء الأذواق الهابطة في سبيل الربح السريع •

ورغم هذا فنحن لا نستطيع أن نقلل من أهمية الدور الذى تقوم به وزارة الثقافة في إعادة عرض المسرحيات القيمة التي قدمت في الستينيات وأوائل السبعينيات في بعض المناسبات • بالإضافة الى تشجيع الفرق الفنية في الأقاليم • وحبذا لو قدم التلفزيون إعادة لبعض المسرحيات التي انتجت في الستينيات لتنمية الذوق الفنى بين المواطنين وإعادة بعث الحركة المسرحية الجادة ذات المضمون الاجتماعى الهادف •



### المبحث الرابع

#### وسائل الاعلام والثقافة الجماهيرية

كثير الجدل حول دور وسائل الاتصال الجماهيرية في بناء النسيج

الثقافى للمجتمع • وانقسم الباحثون ما بين متفائل بقيام هذه الوسائل بدور بناء فى هذا المجال وما بين متشائم لا يرى فى هذه الوسائل القدرة على رفع المستوى الثقافى وترقية الذوق العام بين الجماهير • وقد توج هذا الجدل بمناظرة قيمة بين برنارد روزنبرج ودافيد ماننج هوايت ، وهما محررا كتاب « الثقافة الجماهيرية » الذى يحتوى على العديد من المقالات حول الفنون الرائجة بين الشعب الأمريكى • ويمكن تلخيص اتجاهات روزنبرج عن أثر وسائل الاتصال الجماهيرية فيما يلى :

« ليس هناك شك فى أن وسائل الاعلام تشكل تهديدا خطيرا على استقلال الانسان • فاذا عرفنا أنها قد تحتوى على بعض البذور الصغيرة من الحرية فان ذلك لا يؤدى الا الى تحويل الموقف المتردى الى موقف ميثوس منه تقريبا • فلا يوجد شكل فنى ، أو مجموعة معارف أو نظام أخلاقى له من القوة ما يكفى لمقاومة عملية التبسيط الجماهيرى (٣) » •

والنقطة الرئيسية فيما يذهب الى روزنبرج هى أن الثقافة الجماهيرية تنتج بطريقة تجعلها تبدو غير محتاجة الى جهد • وهو يقول أن عمر السوق بأعمال شكسبير ، جنبا الى جنب مع أعمال ميكى سبيلين ، يضع علما من اعلام الأدب العالمى على نفس المستوى مع من يتملك الجمهور بطريقة رخيصة ، ويوحى للقراء أن كلا العاملين يحتاج الى نفس الإعداد •

أما هوايت فيقف موقفا معارضا بنفس القوة تقريبا ، ولكنه لا يدافع عن وسائل الاعلام دفاعا أعمى قد اعترف بأن هناك جوانب « تافهة وغير انسانية وقبيحة تماما » فى الثقافة الجماهيرية ، ولكنه ذكر أيضا أنه بالرغم من أن وسائل الاعلام مشروعات تجارية كبيرة ولا بد أن تحقق ربحا ، فانها تقدم أعمالا قيمة للملايين • وهو يستشهد على ذلك بالعرض

الذى قدمته شبكة الاذاعة القومية لمسرحية ريتشارد الثالث والتي شاهدها أكثر من ٢٠ مليون شخص (٣٣) .

ويرى الكاتب المصرى نعمان عاشور أن الجانب الثقافى الذى تمثله الأعمال الدرامية فى التلفزيون المصرى هو الجانب الخاوى بالفعل . وهو الذى أصبح واضحا للجميع أنه يحتاج الى دعم متصل وتخطيط منسق للارتفاع بمستوى المادة الاعلامية والترفيهية والثقافية الى ما تتطلبه حاجة الشعب المصرى من اعلام صادق ، وترفيه ممتع ، وثقافة جادة (٣٤) .

وقد عرض الكاتب المصرى عبد المنعم شمس لأزمة الثقافة فى مصر على أنها أزمة كتاب وسينما ومسرح بالاضافة الى أزمة المجلات الثقافية التى كانت فى وقت من الأوقات مصدر اشعاع ثقافى ألقى بظلاله المضيئة على العالم العربى بأكمله . وذكر أن السينما والمسرح يحتاجان الى انقاذ سريع ، وأن اتحاد الاذاعة والتلفزيون بدخوله مجال الانتاج السينمائى يمكن أن يعمل على انقاذ السينما المصرية . أما المسرح المصرى فتسيطر عليه بعض الفرق الخاصة غير الهادفة ويحتاج هو الآخر الى انقاذ سريع (٣٥) .

وبالخلاصة فى الدور الثقافى لوسائل الاتصال الجماهيرية أن هناك رأيان فى هذا الموضوع . أولهما يرى أن هذه الوسائل هيبت بمستوى الانتاج الثقافى والأعمال الفنية والفكرية التى يحتاج اليها المجتمع . وثانيهما يرى أن هذه الوسائل قدمت خدمات جليلة فى مجال نشر الثقافات وترويج الأعمال الفنية التى ما كانت لتصل الى ما وصلت اليه من الذيوع والانتشار لو لم تقدم من خلال وسائل الاعلام .

والباحث يتفق مع رأى الثانى ويضيف أنه اذا حسنت نوايا القائمين على السياسة الثقافية فى أى مجتمع ، وحرصوا على تقديم الثقافة الرقيقة للجمهور العام ، وتبسيط ما يحتاج منها الى تبسيط ،



وعدم الانقياد وراء ما تطلبه الجماهير في بعض الأحيان من أعمال هابطة فان وسائل الاعلام يمكن أن تلعب دورا كبيرا في تنمية الفكر الخلاق المبدع . واذا كانت قطاعات جماهيرية عريضة لا تستطيع أن تزور المتاحف أو المعارض الفنية ، أو تتردد على مشاهدة الفرق المسرحية الجادة ، أو تحضر عرضا موسيقيا رفيع المستوى ، فان وسائل الاتصال الجماهيرية تستطيع أن تنقل هذه الأعمال الى هذه الجماهير .

ونحن نلاحظ في مصر أن هناك ظروفًا معوقة لانتقال الجمهور الى السينما أو المسرح أو أى مكان آخر لمشاهدة الأعمال الفنية . ويأتى في مقدمة هذه المعوقات الزحام ، أو التصرفات الصبيانية الهابطة داخل دور العرض السينمائي ، أو صعوبة الانتقال ، أو التكلفة المادية ، أو غير ذلك مما يمنع الكثيرين من التردد على دور العرض المختلفة . ان دور التلفزيون وكذلك الراديو ازاء هذه الظروف ، في تقديم الفنون الثقافية المختلفة الى الجماهير ، يصبح واجبا أساسيا ، وضرورة حتمية ، ينبغى القيام بها على أكمل وجه ، لملء الفراغ الثقافي لدى قطاعات جماهيرية عريضة .

وثمة مسئولية خطيرة تتحملها وسائل الاتصال الجماهيرية المصرية وفي مقدمتها التلفزيون والراديو ، وهى منافسة أجهزة التسجيل الصوتية والمرئية . فقد انتشرت في الفترة الأخيرة أجهزة التسجيل المرئية ( الفيديو ) كما انتشرت في فترة سابقة أجهزة التسجيل الصوتية . ورغم ما يمكن أن تحققه هذه الأجهزة من فوائد عديدة اذا استخدمت استخداما عاقلا ورشيدا فان ما نلاحظه في الواقع يقول بغير ذلك في حالات كثيرة . فأشرطة التسجيل الصوتية تحفل بالأغاني الهابطة المفسدة للذوق العام ، وكثير من هذه الأغاني ترفضه لجان مراجعة النصوص في الراديو والتلفزيون ، ومع ذلك تلقى هذه الأشرطة رواجا كبيرا . وهذا يتطلب أن يحرص المسئولون في برامج الراديو على تقديم الموضوعات التي تشد المستمعين اليها في كل مكان لكي يعود للإذاعة

تأثيرها في صياغة الفكر القومي وترقية الدوق العام . كما أن التليفزيون ينبغي أن يقدم لشاهديه المزيد من البرامج الجيدة التي تجذب انتباه المشاهدين وتستأثر باهتمامهم فلا ينصرفوا عنها الى مشاهدة الأشرطة المرئية الهدامة أو التي تستهدف التأثير على الشخصية الثقافية المصرية من خلال ما تبثه من قيم مغايرة لثقافتنا ونظامنا القيمي والأخلاقي .

وهذا يدفعنا الى الحديث عن أفلام الرعب التي يقدمها التليفزيون بين الحين والحين ، حيث يرى الباحث عدم بث هذه الأفلام التي لا معنى لها ، بالإضافة الى ضرورة الاقلال من المواد المستوردة التي لا تحمل أفكارا هادفة . وينبغي أن يقدم التليفزيون بدلا من هذه المواد بعض البرامج التي تمثل الفن الشعبي المصري والتي تتفق مع ثقافة هذا الشعب وميوله الفنية . ولا شك أن تقديم هذه الفنون يمكن أن يستثير الهمم للإجادة والعطاء الفني المعبر بصدق عن آمال الجماهير والآلهما ، حتى نصل الى قآلف ثقافى حقيقى تتقارب فيه المستويات الثقافية في مصر تقاربا يرفع من مستواها ويعلى من شأنها ويحقق لها الرقى والازدهار .



### الخاتمة ✓

لقد كان للتطور الهائل الذى شهدته وسائل الاتصال الجماهيرية في هذا القرن أثر كبير في انتقال الثقافات بين المجتمعات المختلفة ، وداخل المجتمع الواحد . وهو أمر يمكن أن يساعد في تحقيق التقارب بين هذه المجتمعات ، بالإضافة الى ما يحققه في مجال الانتقال من المرحلة التقليدية الى المرحلة العصرية المتطورة . واذا كان الانسياب الثقافي يخدم قضايا التفاهم والسلام العالمى ، فان الغزو الثقافى يعتمد الى التأثير على شخصية الأمة وطمس معالم ثقافتها .

ولما كان دور وسائل الاتصال الجماهيرية في المجتمع الحديث لا يمكن تجاهله أو الاقلال من أهميته ، فقد أصبح من الضروري البحث عن أفضل السبل للاستفادة من الطاقات الهائلة التي تملكها هذه الوسائل ، والتي يمكن أن تعود بالخير على المجتمع اذا أحسن توجيهها وعرفت أخطارها . لقد هبت قيم غربية على المجتمع المصري في الفترة الأخيرة التي شهدت سيطرة القيم المادية على كثير من المجالات ، ومن بينها مجال الانتاج الفكرى والفنى والأدبى . وأصبحنا في حاجة الى صحوة ثقافية في هذه المجالات لكى تبقى مصر كما كانت في عصور سابقة مركز اشعاع ثقافى يضىء المنطقة العربية بأسرها وينشر ظلاله المضيئة في بقاع العالم المختلفة .

والأمل معقود على وسائل الاتصال الجماهيرية مع غيرها من المؤسسات التربوية والثقافية في تحقيق هذه الصحوة ، وتصحيح المسار الثقافى ، لكى يعود الى طريق القيم المصرية الأصيلة ، ويتحقق التوازن بين النمو المادى والنمو المعنوى في المجتمع المصرى . ان التأثير بتيارات ثقافية خارجية ينبغى أن يكون فى الاطار الذى يدفع المجتمع الى التقدم ويعود عليه بالنفع المؤكد . ولذلك يصبح من الضروري أن تستبعد الموضوعات التى لا تتفق مع ثقافتنا أو تتعارض مع نظامنا القيمى ، أو تهدف الى تدمير الروح القومية ، أو التأثير على الشخصية المصرية .

كما أن الأمل معقود أيضا على هذه الوسائل فى دعم السينما والمسرح والمجلات الثقافية . وقد اقترحت فى ثنايا هذا البحث أن تتحمل كل صحيفة قومية مسئولية اصدار المجلات الثقافية بغض النظر عما يمكن أن تتحمله من خسائر مادية لا يمكن مقارنتها بما تثيره

من ازدهار فكرى ونهضة ثقافية • ويبنى أن يدعم الراديو والتلفزيون  
الفن الشعبى العادى الذى يعبر بصدق عن آمال الجماهير وآلامها ،  
بالإضافة الى ما يجب أن يقدمه من مواد أدبية وفنية وفكرية رفيعة  
المستوى ، ترقى بالمستوى الثقافى ، وتتنهض بالسلوك الحضارى ،  
وتستثير الطاقات الابداعية فى مختلف المجالات •



## المراجع

- ١ Bernnya, Edward : Public Relations. Forth printing by offset.  
Norman Oklahoma. University of Oklahoma Press, 1963, p. 13.
- ٢ — محمد مندور ( دكتور ) : الثقافة وأجهزتها ، القاهرة ، دار المعارف  
١٩٦٢ ، ص ١٥ .
3. Cutlip M. Scott and Allen H. Center : Effective Public Relations.  
Fifth Edition, Englewood Cliffs, New Jersey. Perntice Hall Inc.,  
1978, p. 190.
4. Gerre Jones : Public Relations For The Design Professional.  
New York, McGraw-Hill Book Company 5980, p. 61.
- ٥ — محمد الجوهري ( دكتور ) : الانثربولوجيا ، أسس نظرية وتطبيقات  
عملية ، الطبعة الثالثة ، القاهرة ، دار المعارف ١٩٨٢ ، ص  
٦٣ — ٦٤ .
- ٦ — المرجع السابق ، ص ٦٨ .
- ٧ — نفس المرجع ، ص ٩٥ .
8. Gurevitch, Michael and Others (ed) : Culture Society And The  
Media. London. Methuen & Co., Ltd, 1982, p. 27.
- ٩ — ابراهيم امام ( دكتور ) : العلاقات العامة والمجتمع ، الطبعة الثانية ،  
القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٦٨ ، ص ٢٠٩ .
- ١٠ — محمد مندور ( دكتور ) : المرجع السابق ، ص ١٥ .
- ١١ — ابراهيم امام ( دكتور ) : المرجع السابق ، ص ٢٣٩ .
- ١٢ — شرام ، ويلبور : اجهزة الاعلام والتنمية الوطنية ، ترجمة محمد  
فتحي ، القاهرة ، الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر ، ١٩٧٠ ،  
ص ١٧١ ، ١٧٢ .
- ١٣ — ابراهيم امام ( دكتور ) : الاعلام والاتصال بالجماهير ، الطبعة الاولى  
القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٦٩ ، ص ١٦ و ٢٢٣ .

١٤ — مختار التهامي ( دكتور ) : **الرأى العام والحرب النفسية ،  
الايدولوجيا والدعاية .** الجزء الثانى ، القاهرة ، دار المعارف ،  
١٩٧٥ ، ص ٣٥ .

١٥ — ابراهيم امام ( دكتور ) : المرجع السابق ، ص ٥٤ .

16. Magdi Wahba : **Cultural Policy in Egypt. Studies on cultural  
policies, Unesco Paris, 1972, p. 45.**

١٧ — جيهان رشتى ( دكتورة ) : **الاسس العلمية لنظريات الاعلام ،  
الطبعة الاولى ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٧٥ ، ص ٣٩٠ .**

١٨ — المرجع السابق ، ص ٣٩١ .

19. Gurevith, Michael and Others (ed) : **op. cit., p. 36.**

٢٠ — جريدة الاهرام : عدد ١٩٨٣/٢/١١ ، ندوة مشكلة الكتاب فى مصر ،  
ص ١١ .

٢١ — ريفرز ، ويليام ل . وآخرون : **وسائل الاعلام والمجتمع الحديث .**  
ترجمة د. ابراهيم امام ، القاهرة ، دار المعرفة ، ١٩٧٥ ، ص ٣٢٦ .

٢٢ — محمد مندور ( دكتور ) : **المرجع السابق ، ص ٨١ .**

٢٣ — المرجع السابق ، نفس الصفحة .

٢٤ — جريدة اخبار اليوم : عدد ١٩٨٣/٢/٥ ، مقال نعمان عاشور بعنوان :  
الثقافة وهذا الصندوق السحري ، ص ١٦ .

٢٥ — جريدة الاهرام : عدد ١٩٨٣/٢/١٤ ، مقال عبد المنعم شميس  
بعنوان : **ازمة مجلات ام ازمة ثقافة ؟** ، ص ١١ .



رقم الايداع ٥٣٤٤ لسنة ١٩٨٥

مطابع سجل العرب





